

12. Los medios de comunicación y la educación de los hijos

LECTURAS RECOMENDADAS

1. *Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales*, Ética de las comunicaciones sociales, 2000.

I. INTRODUCCIÓN

1. El uso que la gente hace de los medios de comunicación social puede producir efectos positivos o negativos. Aunque se dice comúnmente —y lo diremos a menudo aquí— que en los medios de comunicación social «cabe de todo», no son fuerzas ciegas de la naturaleza fuera del control del hombre. Porque aun cuando los actos de comunicación tienen a menudo consecuencias no pretendidas, la gente elige usar los medios de comunicación con fines buenos o malos, de un modo bueno o malo.

Estas opciones, importantes para el aspecto ético, no sólo las realizan quienes reciben el mensaje —espectadores, oyentes y lectores—, sino especialmente quienes controlan los medios de comunicación social y determinan sus estructuras, sus políticas y sus contenidos. Incluyen a funcionarios públicos y ejecutivos de empresas, miembros de consejos de administración, propietarios, editores y gerentes de emisoras, directores, jefes de redacción, productores, escritores, corresponsales y otras personas. Para ellos, la cuestión ética es particularmente importante: los medios de comunicación social ¿se usan para el bien o para el mal?

2. El impacto de la comunicación social es enorme. Por medio de ella la gente entra en contacto con otras personas y con acontecimientos, se forma sus opiniones y valores. No sólo se transmiten y reciben información e ideas a través de estos instrumentos, sino que a menudo las personas experimentan la vida misma como una experiencia de los medios de comunicación social (cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Aetatis novae*, 2).

La evolución tecnológica está teniendo como consecuencia inmediata que los medios de comunicación resulten cada vez más penetrantes y poderosos. «La llegada de la sociedad de la información es una verdadera revolución cultural» (Pontificio Consejo para la Cultura, *Para una pastoral de la cultura*, 9); y las innovaciones deslumbrantes del siglo XX pueden haber sido sólo un preludio de lo que traerá consigo este nuevo siglo.

El alcance y la diversidad de los medios de comunicación accesibles a la gente en los países ricos ya son asombrosos: libros y periódicos, televisión y radio, películas y vídeos, grabaciones y comunicaciones electrónicas transmitidas por radio, cable, satélite e Internet. Los contenidos de esta vasta difusión van desde las noticias rigurosas hasta el mero entretenimiento, desde las oraciones hasta la pornografía, desde la contemplación hasta la violencia. La gente, dependiendo de cómo usa los medios de comunicación social, puede



umentar su empatía y su compasión o puede encerrarse en un mundo narcisista y aislado, con efectos casi narcóticos. Ni siquiera los que rehúyen los medios de comunicación social pueden evitar el contacto con quienes están profundamente influidos por ellos.

3. Además de estas razones, la Iglesia tiene sus propios motivos para estar interesada en los medios de comunicación social. La historia de la comunicación humana, vista a la luz de la fe, puede considerarse como un largo camino desde Babel, lugar y símbolo del colapso de las comunicaciones (cf. *Gn* 11,4-8), hasta Pentecostés y el don de lenguas (cf. *Hch* 2,5-11), cuando se restableció la comunicación mediante el poder del Espíritu Santo, enviado por el Hijo. La Iglesia, enviada al mundo para anunciar la buena nueva (cf. *Mt* 28,19-20; *Mc* 16,15), tiene la misión de proclamar el Evangelio hasta el fin de los tiempos. Hoy sabe que es preciso usar los medios de comunicación social (cf. Concilio Vaticano II, *Inter mirifica*, 3; Pablo VI, *Evangelii nuntiandi*, 45; Juan Pablo II, *Redemptoris missio*, 37; Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Communio et progressio*, 126-134, *Aetatis novae*, 11).

La Iglesia también se reconoce a sí misma como una *communio*, una comunión de personas y comunidades eucarísticas, que «se fundamenta en la comunión íntima de la Trinidad» (*Aetatis novae*, 10; Congregación para la Doctrina de la Fe, *Algunos aspectos de la Iglesia entendida como comunión*). En efecto, toda la comunicación humana se basa en la comunicación entre el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo. Más aún, la comunión trinitaria llega hasta la humanidad: el Hijo es la Palabra, «pronunciada» eternamente por el Padre; y en Jesucristo y por Jesucristo, Hijo y Palabra hecha carne, Dios se comunica a sí mismo y comunica su salvación a los hombres y mujeres. «Muchas veces y de muchos modos habló Dios en el pasado a nuestros padres por medio de los profetas; en estos últimos tiempos nos ha hablado por medio del Hijo» (*Hb* 1,1-2). La comunicación en la Iglesia y por medio de ella encuentra su punto de partida en la comunión de amor entre las Personas divinas y en su comunicación con nosotros.

4. La Iglesia asume los medios de comunicación social con una actitud fundamentalmente positiva y estimulante. No se limita simplemente a pronunciar juicios y condenas; por el contrario, considera que estos instrumentos no sólo son productos del ingenio humano, sino también grandes dones de Dios y verdaderos signos de los tiempos (cf. *Inter mirifica*, 1; *Evangelii nuntiandi*, 45; *Redemptoris missio*, 37). La Iglesia desea apoyar a los profesionales de la comunicación, proponiéndoles principios positivos para asistirles en su trabajo, a la vez que fomenta un diálogo en el que todas las partes interesadas —hoy está implicada una gran parte de la humanidad— puedan participar. Estos propósitos constituyen la razón de ser del presente documento.

Lo decimos una vez más: los medios de comunicación social no hacen nada por sí mismos; son únicamente instrumentos, herramientas que la gente elige usar de uno u otro modo. Al reflexionar en los medios de comunicación social, debemos afrontar honradamente la cuestión « más esencial » que plantea el progreso tecnológico: si, gracias a él, la persona humana « se hace de veras mejor, es decir, más maduro espiritualmente, más consciente de la dignidad de su humanidad, más responsable, más abierto a los demás, particularmente a los más necesitados y a los más débiles, más disponible a dar y prestar ayuda a todos » (Juan Pablo II, *Redemptor hominis*, 15).



Damos por supuesto que la gran mayoría de las personas dedicadas con toda su capacidad a la comunicación social es gente consciente que quiere hacer las cosas como se debe. Los funcionarios públicos, los políticos y los ejecutivos de empresas desean respetar y promover el interés público, tal como lo entienden. Los lectores, los oyentes y los telespectadores quieren emplear bien su tiempo, con miras a un crecimiento y un desarrollo personales que les permitan llevar una vida más feliz y más productiva. Los padres sienten la inquietud de saber si lo que entra en sus hogares a través de los medios de comunicación social es beneficioso para sus hijos. Los comunicadores más profesionales desean usar sus talentos para servir a la familia humana, y están preocupados por las crecientes presiones económicas e ideológicas tendentes a bajar los modelos éticos presentes en numerosos sectores de los medios de comunicación social.

Los contenidos de las innumerables opciones hechas por todas esas personas en relación con los medios de comunicación social se diferencian de un grupo a otro y de una persona a otra; pero todas las opciones tienen su peso ético y están sometidas a una evaluación ética. Para elegir correctamente, es necesario que quienes eligen « conozcan las normas del orden moral en este campo y las lleven fielmente a la práctica » (*Inter mirifica*, 4).

5. La Iglesia aporta diversos elementos a esta cuestión.

Aporta una larga tradición de sabiduría moral, enraizada en la revelación divina y en la reflexión humana (cf. Juan Pablo II, *Fides et ratio*, 36-48). Una parte de esa tradición está formada por un conjunto fundamental y creciente de doctrina social, cuya orientación teológica es un importante correctivo tanto para la « solución *atea*, que priva al hombre de una parte esencial, la espiritual, como para las soluciones permisivas o consumistas, las cuales con diversos pretextos tratan de convencerlo de su independencia de toda ley y de Dios mismo » (Juan Pablo II, *Centesimus annus*, 55). Más que pronunciar simplemente un juicio pasajero, esta tradición se ofrece a sí misma al servicio de los medios de comunicación social. Por ejemplo, « la cultura de la sabiduría, propia de la Iglesia, puede evitar que la cultura de la información, propia de los medios de comunicación, se convierta en una acumulación de hechos sin sentido » (Juan Pablo II, *Mensaje para la XXXIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales* de 1999, n. 3).

La Iglesia también aporta algo más en esta cuestión. Su contribución especial a las realidades humanas, incluyendo el mundo de las comunicaciones sociales, es « precisamente el concepto de la dignidad de la persona, que se manifiesta en toda su plenitud en el misterio del Verbo encarnado » (*Centesimus annus*, 47). Como afirma el Concilio Vaticano II, « Cristo el Señor, Cristo el nuevo Adán, en la misma revelación del misterio del Padre y de su amor, manifiesta plenamente el hombre al propio hombre y le descubre la grandeza de su vocación » (*Gaudium et spes*, 22).

II. LA COMUNICACIÓN SOCIAL AL SERVICIO DE LA PERSONA HUMANA

6. La Instrucción Pastoral sobre las comunicaciones sociales *Communio et progressio*, en continuidad con la Constitución Pastoral del Concilio sobre la Iglesia en el mundo actual, *Gaudium et spes* (cf. nn. 30-31), subraya que los medios de comunicación están llamados a servir a la dignidad humana, ayudando a la gente a vivir bien y a actuar como



personas en comunidad. Los medios de comunicación realizan esa misión impulsando a los hombres y mujeres a ser conscientes de su dignidad, a comprender los pensamientos y sentimientos de los demás, a cultivar un sentido de responsabilidad mutua, y a crecer en la libertad personal, en el respeto a la libertad de los demás y en la capacidad de diálogo.

La comunicación social tiene un inmenso poder para promover la felicidad del hombre y su realización. Sin pretender dar más que una visión de conjunto, presentamos aquí, como hemos hecho en otro documento (cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Ética en la publicidad*, 4-8), algunos beneficios económicos, políticos, culturales, educativos y religiosos.

7. Económicos. El mercado no es una norma de moralidad o una fuente de valores morales, y se puede abusar de la economía de mercado; pero el mercado puede servir a la persona (cf. *Centesimus annus*, 34), y los medios de comunicación desempeñan un papel indispensable en una economía de mercado. La comunicación social sostiene los negocios y el comercio, contribuye a estimular el progreso económico, el empleo y la prosperidad, promueve mejoras en la calidad de los bienes y servicios existentes y el desarrollo de otros nuevos, fomenta la competencia responsable con vistas al interés público, y permite que la gente haga opciones informadas, dándole a conocer la disponibilidad y las características de los productos.

En resumen, los complejos sistemas económicos nacionales e internacionales actuales no podrían funcionar sin los medios de comunicación. Si se prescindiera de ellos se derrumbarían las estructuras económicas fundamentales, con gran perjuicio para numerosas personas y para la sociedad.

8. Políticos. La comunicación social beneficia a la sociedad, facilitando la participación informada de los ciudadanos en los procesos políticos. Los medios de comunicación unen a la gente en la búsqueda de propósitos y objetivos comunes, ayudándoles así a formar y apoyar auténticas comunidades políticas.

Los medios de comunicación son indispensables en las sociedades democráticas actuales. Proporcionan información sobre cuestiones y hechos, sobre funcionarios y candidatos a cargos públicos. Permiten que los líderes se comuniquen rápida y directamente con el público sobre asuntos urgentes. Son importantes instrumentos de responsabilidad, llamando la atención sobre la incompetencia, la corrupción y los abusos de confianza, a la vez que ponen de relieve los casos de competencia, espíritu cívico y cumplimiento del deber.

9. Culturales. Los medios de comunicación social facilitan el acceso de la gente a la literatura, al teatro, a la música y al arte, que de otro modo serían inasequibles para ella, y promueven así un desarrollo humano respetuoso del conocimiento, la sabiduría y la belleza. No hablamos sólo de representaciones de obras clásicas y de los frutos de la erudición, sino también de espectáculos populares sanos y de información útil que reúne a las familias, ayuda a la gente a resolver los problemas diarios, eleva el espíritu de las personas enfermas, solas y ancianas, y alivia el tedio de la vida.



Los medios de comunicación también hacen posible que los grupos étnicos se estimen y celebren sus tradiciones culturales, compartiéndolas con los demás y transmitiéndolas a las nuevas generaciones. En particular introducen a los niños y a los jóvenes en su patrimonio cultural. Los comunicadores, como los artistas, sirven al bien común preservando y enriqueciendo el patrimonio cultural de las naciones y los pueblos (cf. Juan Pablo II, *Carta a los artistas*, 4).

10. *Educativos*. Los medios de comunicación son importantes instrumentos de educación en diferentes ámbitos, desde la escuela hasta el lugar de trabajo, y en muchas etapas de la vida. Los niños que son iniciados en los rudimentos de la lectura y las matemáticas; los jóvenes que procuran realizar su formación vocacional o quieren conseguir títulos de estudio; y los ancianos que quieren aprender nuevas cosas en sus últimos años: éstos, como muchos otros, gracias a los medios de comunicación, tienen acceso a un rico y creciente tesoro de recursos educativos.

Los medios de comunicación son instrumentos educativos normales en muchas aulas. Y, más allá de las paredes del aula, los medios de comunicación, incluida Internet, superan las barreras de la distancia y el aislamiento, ofreciendo la oportunidad de aprender a pobladores de áreas remotas, a los religiosos en conventos, a las personas obligadas a permanecer en su hogar, a los detenidos, y a muchos otros.

11. *Religiosos*. La vida religiosa de mucha gente se enriquece mucho gracias a los medios de comunicación, que transmiten noticias e información de acontecimientos, ideas y personalidades del ámbito religioso, y sirven como vehículos para la evangelización y la catequesis. Diariamente proporcionan inspiración, aliento y oportunidades de participar en funciones litúrgicas a personas obligadas a permanecer en sus hogares o en instituciones.

A veces los medios de comunicación también contribuyen de un modo extraordinario al enriquecimiento espiritual de las personas. Por ejemplo, es incontable en todo el mundo el número de personas que ven y, en cierto sentido, participan en importantes acontecimientos de la vida de la Iglesia televisados regularmente por satélite desde Roma. Y a lo largo de los años los medios de comunicación han llevado las palabras y las imágenes de las visitas pastorales del Santo Padre a miles de millones de personas.

12. En todos estos ámbitos —económico, político, cultural, educativo y religioso—, y en otros más, los medios de comunicación pueden usarse para construir y apoyar a la comunidad humana. En efecto, toda comunicación debe estar abierta a la comunión entre las personas.

« Para llegar a ser verdaderamente hermanos y hermanas es necesario conocerse. Para conocerse es muy importante comunicarse cada vez de forma más amplia y profunda » (Congregación para los Institutos de Vida Consagrada y las Sociedades de Vida Apostólica, *Vida fraterna en comunidad*, 29). La comunicación que sirve genuinamente a la comunidad « lleva consigo algo más que la sola manifestación de ideas o expresión de sentimientos. Según su más íntima naturaleza es una entrega de sí mismo por amor » (*Communio et progressio*, 11: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 6 de junio de 1971, p. 3).



Este tipo de comunicación busca el bienestar y la realización de los miembros de la comunidad dentro del respeto al bien común de todos. Pero para discernir este bien común se requieren la consulta y el diálogo. Por esta razón, es imprescindible que las partes implicadas en la comunicación social se comprometan en dicho diálogo y acepten la verdad sobre lo que es bueno. De este modo los medios de comunicación pueden cumplir su deber de « atestiguar la verdad sobre la vida, sobre la dignidad humana, sobre el verdadero sentido de nuestra libertad y mutua interdependencia » (Juan Pablo II, *Mensaje para la XXXIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales* de 1999, n. 2).

III. LA COMUNICACIÓN SOCIAL QUE VIOLA EL BIEN DE LA PERSONA

13. Los medios de comunicación también pueden usarse para bloquear a la comunidad y menoscabar el bien integral de las personas alienándolas, marginándolas o aislándolas; arrastrándolas hacia comunidades perversas organizadas alrededor de valores falsos y destructivos; favoreciendo la hostilidad y el conflicto; criticando excesivamente a los demás y creando la mentalidad de « nosotros » contra « ellos »; presentando lo que es soez y degradante con un aspecto atractivo e ignorando o ridiculizando lo que eleva y ennoblece. Pueden difundir noticias falsas y desinformación, favoreciendo la trivialidad y la banalidad. Los tópicos —basados en la raza y en la pertenencia étnica, en el sexo, en la edad y en otros factores, incluyendo la religión— son tristemente comunes en los medios de comunicación. Además, con frecuencia la comunicación social descuida lo que es auténticamente nuevo e importante, incluyendo la Buena Nueva del Evangelio, y se concentra en lo que está de moda o en lo excéntrico.

Existen abusos en cada una de las áreas que acabamos de mencionar.

14. *Económicos*. Los medios de comunicación se usan a veces para construir y apoyar sistemas económicos que sirven a la codicia y a la avaricia. El neoliberalismo es un caso típico: « Haciendo referencia a una concepción economicista del hombre, considera las ganancias y las leyes del mercado como parámetros absolutos, en detrimento de la dignidad y del respeto de las personas y los pueblos » (Juan Pablo II, *Ecclesia in America*, 56). En dichas circunstancias, los medios de comunicación, que deben beneficiar a todos, son explotados en provecho de unos pocos.

El proceso de globalización « puede crear oportunidades extraordinarias de mayor bienestar » (*Centesimus annus*, 58); pero con él, e incluso como parte de él, algunas naciones y pueblos sufren la explotación y la marginación, quedándose cada vez más atrás en la lucha por el desarrollo. Estas bolsas de miseria cada vez más amplias en medio de la abundancia son semilleros de envidia, resentimiento, tensión y conflicto. Esto subraya la necesidad de « adecuados órganos internacionales de control y de guía válidos, que orienten la economía misma hacia el bien común » (*Centesimus annus*, 58).

Frente a graves injusticias, no basta que los comunicadores digan simplemente que su trabajo consiste en referir las cosas tal como son. Eso es indudablemente su tarea. Pero algunos casos de sufrimiento humano son en gran parte ignorados por los medios de comunicación, mientras informan acerca de otros; y en la medida en que esto refleja una decisión de los comunicadores, también refleja una selectividad inadmisibles. De forma más



fundamental aún, las estructuras y las políticas de comunicación y la distribución de tecnología son factores que hacen que algunas personas sean « ricas en información » y otras « pobres en información », en una época en que la prosperidad, e incluso la supervivencia, depende de la información.

Por tanto, de este modo los medios de comunicación a menudo contribuyen a las injusticias y desequilibrios que causan el sufrimiento sobre el que informan: « Hay que romper las barreras y los monopolios que colocan a tantos pueblos al margen del desarrollo, y asegurar a todos —individuos y naciones— las condiciones básicas que les permitan participar en dicho desarrollo » (*Centesimus annus*, 35). La tecnología de las comunicaciones y la información, junto con la formación para su uso, es una de esas condiciones básicas.

15. *Políticos*. Los políticos sin escrúpulos usan los medios de comunicación para la demagogia y el engaño, apoyando políticas injustas y regímenes opresivos. Ridiculizan a sus adversarios y sistemáticamente distorsionan y anulan la verdad por medio de la propaganda y de planteamientos falsamente tranquilizadores. En este caso, más que unir a las personas, los medios de comunicación sirven para separarlas, creando tensiones y sospechas que constituyen gérmenes de nuevos conflictos.

Incluso en países con sistemas democráticos, también es frecuente que los líderes políticos manipulen la opinión pública a través de los medios de comunicación, en vez de promover una participación informada en los procesos políticos. Se observan los convencionalismos de la democracia, pero ciertas técnicas copiadas de la publicidad y de las relaciones públicas se despliegan en nombre de políticas que explotan a grupos particulares y violan los derechos fundamentales, incluso el derecho a la vida (cf. Juan Pablo II, *Evangelium vitae*, 70).

A menudo, también los medios de comunicación difunden el relativismo ético y el utilitarismo, que caracterizan la actual cultura de la muerte. Participan en la contemporánea « conjura contra la vida », « creando en la opinión pública una cultura que presenta el recurso a la anticoncepción, la esterilización, el aborto y la misma eutanasia como un signo de progreso y conquista de libertad, mientras muestran como enemigas de la libertad y del progreso las posiciones incondicionales a favor de la vida » (*Evangelium vitae*, 17).

16. *Culturales*. La crítica condena con frecuencia la superficialidad y el mal gusto de los medios de comunicación que, sin estar obligados a la estrechez de miras o la uniformidad, no deberían tampoco caer en la vulgaridad o la degradación. No sirve de excusa afirmar que los medios de comunicación social reflejan las costumbres populares, dado que también ejercen una poderosa influencia sobre esas costumbres, y, por ello, tienen el grave deber de elevarlas y no degradarlas.

El problema presenta diversos aspectos. Uno de ellos se refiere a los temas complejos, cuando en vez de ser presentados con esmero y veracidad, los noticiarios los evitan o los simplifican excesivamente. Otro serían los programas de entretenimiento de tipo corruptor y deshumanizante, que incluyen y explotan temas relacionados con la sexualidad y la violencia. Es una grave irresponsabilidad ignorar o disimular el hecho de que « la pornografía y la violencia sádica deprecian la sexualidad, pervierten las relaciones humanas, explotan a los individuos —especialmente a las mujeres y a los niños—, destruyen el matrimonio y la



vida familiar, inspiran actitudes antisociales y debilitan la fibra moral de la sociedad » (Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales: una respuesta pastoral*, 10).

En el ámbito internacional, el dominio cultural impuesto a través de los medios de comunicación social también constituye un problema cada vez más serio. En algunos lugares las expresiones de la cultura tradicional están virtualmente excluidas del acceso a los medios populares de comunicación y corren el riesgo de desaparecer; mientras tanto, los valores de las sociedades ricas y secularizadas suplantán cada vez más los valores tradicionales de las sociedades menos ricas y poderosas. Teniendo esto en cuenta, habría que prestar particular atención a los niños y jóvenes, proporcionándoles programas que les permitan tener un contacto vivo con su herencia cultural.

Es de desear que la comunicación se haga según modelos culturales. Las sociedades pueden y deben aprender unas de otras. Pero la comunicación transcultural no debería realizarse en detrimento de las más débiles. Hoy « incluso las culturas menos extendidas no están aisladas. Se benefician de intercambios cada vez mayores, y al mismo tiempo sufren presiones ejercidas por una fuerte corriente *uniformadora* » (*Para una pastoral de la cultura*, 33). El hecho de que un gran número de informaciones fluya actualmente en una única dirección —desde las naciones desarrolladas hacia las naciones en vías de desarrollo y pobres— plantea serias cuestiones éticas. ¿Los ricos no tienen nada que aprender de los pobres? ¿Los potentes son sordos a la voz de los débiles?

17. *Educativos*. En lugar de promover la enseñanza, los medios de comunicación pueden distraer a la gente y llevarla a perder el tiempo. De este modo, los más perjudicados son los niños y los jóvenes, pero los adultos también sufren esa influencia de programas banales e inútiles. Una de las causas de este abuso de confianza por parte de los comunicadores es la avaricia, que pone el lucro por encima de las personas.

De igual modo, los medios de comunicación se usan en algunas ocasiones como instrumentos de adoctrinamiento, con la intención de controlar lo que la gente sabe y negarle el acceso a la información que las autoridades no quieren que tenga. Ésta es una perversión de la educación auténtica, que se esfuerza por ampliar el conocimiento y la capacidad de las personas y ayudarles a perseguir propósitos elevados, sin limitar sus horizontes y sin aprovechar sus energías al servicio de ideologías.

18. *Religiosos*. En la relación entre los medios de comunicación social y la religión existen tentaciones por ambas partes.

Entre las tentaciones de los medios de comunicación están el ignorar o marginar las ideas y las experiencias religiosas; tratar a la religión con incompreensión, quizá hasta con desprecio, como un objeto de curiosidad que no merece una atención seria; promover las modas religiosas con menoscabo de la fe tradicional; tratar a los grupos religiosos legítimos con hostilidad; valorar la religión y la experiencia religiosa según criterios mundanos de lo que debe ser; preferir las concepciones religiosas que corresponden a los gustos seculares a las que no corresponden; y tratar de encerrar la trascendencia dentro de los confines del racionalismo y el escepticismo. Los actuales medios de comunicación reflejan la situación



posmoderna del espíritu humano, encerrado « dentro de los límites de su propia inmanencia, sin ninguna referencia a lo trascendente » (*Fides et ratio*, 81).

Por su parte, la religión puede tener tentaciones como formarse un juicio exclusivamente crítico y negativo de los medios de comunicación; no comprender que los criterios razonables de un buen uso de los medios de comunicación, como son la objetividad y la imparcialidad, pueden excluir un trato especial para los intereses institucionales de la religión; presentar los mensajes religiosos con un estilo emotivo y manipulado, como si fueran productos que compiten en un mercado saturado; usar los medios de comunicación como instrumentos para el control y el dominio; practicar innecesariamente el secreto, por lo demás pecando contra la verdad; minimizar la exigencia evangélica de conversión, arrepentimiento y cambio de vida, sustituyéndola con una religiosidad tibia que pide poco a la gente; e impulsar el integrismo, el fanatismo y el exclusivismo religioso, que fomentan el desprecio y la hostilidad hacia los demás.

19. En síntesis, los medios de comunicación pueden usarse para el bien o para el mal; es cuestión de elegir. « No conviene olvidar que la comunicación a través de los medios de comunicación social no es un ejercicio práctico dirigido sólo a motivar, persuadir o vender. Mucho menos, un vehículo para la ideología. Los medios de comunicación pueden a veces reducir a los seres humanos a simples unidades de consumo, o a grupos rivales de interés; también pueden manipular a los espectadores, lectores y oyentes, considerándolos meras cifras de las que se obtienen ventajas, sea en venta de productos sea en apoyo político. Y todo ello destruye la comunidad. La tarea de la comunicación es unir a las personas y enriquecer su vida, no aislarlas ni explotarlas. Los medios de comunicación social, usados correctamente, pueden ayudar a crear y apoyar una comunidad humana basada en la justicia y la caridad; y, en la medida en que lo hagan, serán signos de esperanza» (Juan Pablo II, *Mensaje para la XXXII Jornada mundial de las comunicaciones sociales* de 1998, n. 4).

IV. ALGUNOS PRINCIPIOS ÉTICOS IMPORTANTES

20. Los principios y las normas éticas importantes en otros campos se aplican también a la comunicación social. Se pueden aplicar siempre los principios de la ética social, como la solidaridad, la subsidiariedad, la justicia, la equidad y la responsabilidad en el uso de los recursos públicos y en el cumplimiento de funciones de responsabilidad pública. La comunicación debe ser siempre veraz, puesto que la verdad es esencial a la libertad individual y a la comunión auténtica entre las personas.

La ética en la comunicación social no sólo concierne a lo que aparece en las pantallas de cine y de televisión, en las transmisiones radiofónicas, en las páginas impresas o en Internet, sino implica también muchos otros aspectos. La dimensión ética no sólo atañe al contenido de la comunicación (el mensaje) y al proceso de comunicación (cómo se realiza la comunicación), sino también a cuestiones fundamentales, estructurales y sistemáticas, que a menudo incluyen múltiples asuntos de política acerca de la distribución de tecnología y productos de alta calidad (¿quién será rico y quién pobre en información?). Estas cuestiones remiten a otras, con implicaciones económicas y políticas para la propiedad y el control. Por lo menos en las sociedades abiertas con economías de mercado, el problema ético de todos



puede ser cómo armonizar beneficio con servicio de interés público, entendido según una concepción integral del bien común.

Incluso a las personas de buena voluntad no siempre les resulta evidente cómo aplicar los principios éticos y las normas a los casos particulares; hacen falta reflexión, discusión y diálogo. Ofrecemos las siguientes consideraciones con la esperanza de alentar esta reflexión y este diálogo entre los responsables de la política de la comunicación, los comunicadores profesionales, los expertos en ética, los moralistas, los usuarios de la comunicación y demás personas implicadas.

21. En estas tres áreas —mensaje, proceso y cuestiones estructurales y sistemáticas— el principio ético fundamental consiste en que la persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social; la comunicación debería realizarse de personas a personas, con vistas al desarrollo integral de las mismas.

El desarrollo integral requiere que exista una cantidad suficiente de bienes materiales y productos, pero también exige atención al «parámetro interior» (Juan Pablo II, *Sollicitudo rei socialis*, 29; cf. 46). Cada uno debe tener la oportunidad de crecer y florecer con respecto a la amplia gama de los bienes físicos, intelectuales, afectivos, morales y espirituales. Las personas tienen una dignidad y una importancia irreducibles, y jamás pueden ser sacrificadas en aras de intereses colectivos.

22. El segundo principio es complementario del primero: el bien de las personas no puede realizarse independientemente del bien común de las comunidades a las que pertenecen. Este bien común debería entenderse de modo íntegro, como la suma total de nobles propósitos compartidos en cuya búsqueda se comprometen todos los miembros de la comunidad, y para cuyo servicio existe la misma comunidad.

Así, mientras la comunicación social se ocupa —y es natural— de las necesidades e intereses de grupos particulares, no debería hacerlo de manera que enfrente a un grupo contra otro: por ejemplo, en nombre de la lucha de clases, del nacionalismo exagerado, de la supremacía racial, de la limpieza étnica u otros temas similares. La virtud de la solidaridad, que es « la determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común » (*Sollicitudo rei socialis*, 38), debería gobernar todas las áreas de la vida social, económica, política, cultural y religiosa.

Los comunicadores y los responsables de la política de la comunicación deben servir a las necesidades y a los intereses reales, tanto de las personas como de los grupos, en todos los niveles y de todos los modos. Urge la equidad en el ámbito internacional, donde la mala distribución de los bienes materiales entre el Norte y el Sur se ha agravado a causa de la mala distribución de los recursos de la comunicación y de la tecnología de la información, de los que dependen en gran medida la productividad y la prosperidad. Problemas análogos existen también en los países ricos, « donde la transformación incesante de los modos de producción y de consumo devalúa ciertos conocimientos ya adquiridos y profesionalidades consolidadas » y « los que no logran ir al compás de los tiempos pueden quedar fácilmente marginados » (*Centesimus annus*, 33).



Es evidente, por tanto, la necesidad de una amplia participación en la toma de decisiones no sólo acerca de los mensajes y los procesos de comunicación social, sino también acerca de las cuestiones sistemáticas y la distribución de los recursos. Los responsables de las decisiones tienen el serio deber moral de reconocer las necesidades y los intereses de quienes son particularmente vulnerables —los pobres, los ancianos, los hijos por nacer, los niños y los jóvenes, los oprimidos y los marginados, las mujeres y las minorías, los enfermos y los minusválidos—, así como las necesidades e intereses de las familias y los grupos religiosos. Hoy más que nunca la comunidad internacional y los intereses de las comunicaciones internacionales deberían tener una actitud más generosa y abierta con respecto a las naciones y las regiones donde aquello que los medios de comunicación hacen o dejan de hacer, los hace partícipes de la vergonzosa persistencia de males como la pobreza, el analfabetismo, la represión política, la violación de los derechos humanos, los conflictos entre grupos y entre religiones, y la supresión de las culturas indígenas.

23. Aun así, seguimos creyendo que « la solución de los problemas nacidos de esta comercialización y de esta privatización no reglamentadas no siempre reside en un control del Estado sobre los medios de comunicación, sino en una reglamentación más importante, conforme a las normas del servicio público, así como en una responsabilidad pública mayor. Hay que destacar, a este respecto, que si los cauces jurídicos y políticos en los que funcionan los medios de comunicación de ciertos países están actualmente en franca mejora, hay otros lugares en los que la intervención gubernamental es un instrumento de opresión y de exclusión » (*Aetatis novae*, 5).

Hay que estar siempre a favor de la libertad de expresión, porque « cuantas veces los hombres, según su natural inclinación, intercambian sus conocimientos o manifiestan sus opiniones, están usando de un derecho que les es propio, y a la vez ejerciendo una función social » (*Communio et progressio*, 45: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 6 de junio de 1971, p. 5). Sin embargo, considerada desde una perspectiva ética, esta presunción no es una norma absoluta e irrevocable. Se dan casos obvios en los que no existe ningún derecho a comunicar, por ejemplo el de la difamación y la calumnia, el de los mensajes que pretenden fomentar el odio y el conflicto entre las personas y los grupos, la obscenidad y la pornografía, y las descripciones morbosas de la violencia. Es evidente también que la libre expresión debería atenerse siempre a principios como la verdad, la honradez y el respeto a la vida privada.

Los comunicadores profesionales deberían participar activamente en la elaboración y aplicación de códigos éticos de comportamiento para su profesión, en colaboración con representantes públicos. Los organismos religiosos y otros grupos también deben participar en este esfuerzo continuo.

24. Otro principio importante, ya mencionado, concierne a la participación pública en la elaboración de decisiones sobre la política de las comunicaciones. En todos los niveles, esta participación debería ser organizada, sistemática y auténticamente representativa, sin desviarse en favor de grupos particulares. Este principio se aplica siempre y, tal vez de manera especial, cuando los medios de comunicación son de propiedad privada y operan con fines de lucro.



En el interés de la participación pública, los comunicadores « deben tratar de comunicarse con la gente, no sólo de hablarle. Eso implica conocer las necesidades de la gente, ser consciente de sus luchas y presentar todas las formas de comunicación con la sensibilidad que la dignidad humana exige » (Juan Pablo II, *Discurso a los especialistas en comunicación*, Los Ángeles, 15 de septiembre de 1987, n. 4; *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 18 de octubre de 1987, p. 12).

Se suele considerar que la circulación, los índices de audiencia y las taquillas, junto con el análisis de mercado, son los mejores indicadores del sentimiento público; de hecho, son los únicos necesarios para que funcione la ley del mercado. No cabe duda de que la voz del mercado puede oírse de esas maneras. Pero las decisiones sobre los contenidos y la política de los medios de comunicación no deberían depender sólo del mercado y de factores económicos —los beneficios—, puesto que éstos no contribuyen a salvaguardar el interés público en su integridad ni tampoco los legítimos intereses de las minorías.

Hasta cierto punto, puede responderse a esta objeción con el concepto de « nicho », según el cual los periódicos, los programas, las emisoras y los canales particulares se dirigen a audiencias particulares. Este enfoque es legítimo, en cierto sentido. Pero la diversificación y la especialización, que organizan los medios de comunicación para corresponder a las audiencias divididas en unidades cada vez más pequeñas basadas en gran parte en factores económicos y en modelos de consumo, no deberían llegar tan lejos. Los medios de comunicación social deben seguir siendo un « areópago » (cf. *Redemptoris missio*, 37), un foro para el intercambio de ideas e información en el que participan personas y grupos, fomentando la solidaridad y la paz. En particular, Internet despierta preocupación con respecto a « las consecuencias radicalmente nuevas que entraña: pérdida del "peso específico" de la información, reducción de los mensajes a pura información, ausencia de reacciones pertinentes a los mensajes de la red por parte de personas responsables, efecto disuasorio en cuanto a las relaciones interpersonales » (*Para una pastoral de la cultura*, 9).

25. Los comunicadores profesionales no son los únicos que tienen deberes éticos. También las audiencias —los usuarios— tienen obligaciones. Los comunicadores que se esfuerzan por afrontar sus responsabilidades merecen a su vez audiencias conscientes de las propias.

El primer deber de los usuarios de la comunicación social consiste en discernir y seleccionar. Deberían informarse acerca de los medios de comunicación —sus estructuras, su modo de actuar y sus contenidos— y hacer opciones responsables, de acuerdo con sólidos criterios éticos, sobre lo que conviene leer, ver o escuchar. Hoy todos necesitan alguna forma de formación permanente acerca de los medios de comunicación, sea mediante el estudio personal, sea mediante la participación en un programa organizado, sea con ambos. La educación en el uso de los medios de comunicación, más que enseñar algo acerca de las técnicas, ayuda a la gente a formarse criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos, que constituyen un aspecto de la formación de la conciencia.

A través de sus escuelas y de sus programas de formación, la Iglesia debería proporcionar este tipo de educación para el uso de los medios de comunicación social (cf. *Aetatis novae*, 28; *Communio et progressio*, 107). Las siguientes palabras, dirigidas originalmente a los institutos de vida consagrada, tienen una aplicación más amplia: « La comunidad, consciente del influjo de los medios de comunicación, se educa para utilizarlos en orden al crecimiento



personal y comunitario con la claridad evangélica y la libertad interior de quien ha aprendido a conocer a Cristo (cf. *Ga* 4,17-23). En efecto, esos medios proponen, y con frecuencia imponen, una mentalidad y un modelo de vida que debe ser confrontado continuamente con el Evangelio. A este propósito desde muchos lugares se pide una profunda formación para la recepción y el uso crítico y fecundo de esos medios » (Congregación para los institutos de vida consagrada y las sociedades de vida apostólica, *Vida fraterna en comunidad*, 34).

De igual modo, los padres tienen el serio deber de ayudar a sus hijos a aprender a valorar y usar los medios de comunicación, formando correctamente su conciencia y desarrollando sus facultades críticas (cf. Juan Pablo II, *Familiaris consortio*, 76). Por el bien de sus hijos, y por el suyo, los padres deben aprender y poner en práctica su capacidad de discernimiento como telespectadores, oyentes y lectores, dando ejemplo en sus hogares de un uso prudente de los medios de comunicación. De acuerdo con la edad y las circunstancias, los niños y los jóvenes deberían ser introducidos en la formación respecto a los medios de comunicación, evitando el camino fácil de la pasividad carente de espíritu crítico, la presión de sus coetáneos y la explotación comercial. Puede ser útil a las familias —padres e hijos juntos— reunirse en grupos para estudiar y discutir los problemas y las ventajas que plantea la comunicación social.

26. Además de promover la educación en el uso de los medios de comunicación, las instituciones, las organizaciones y los programas de la Iglesia tienen otras importantes responsabilidades en lo que atañe a la comunicación social. En primer lugar, y sobre todo, el ejercicio de la comunicación por parte de la Iglesia debería ser ejemplar, reflejando los elevados modelos de verdad, responsabilidad y sensibilidad con respecto a los derechos humanos, así como otros importantes principios y normas. Además de esto, los medios de comunicación de la Iglesia deberían esforzarse por comunicar la plenitud de la verdad acerca del significado de la vida humana y de la historia, especialmente como está contenida en la palabra de Dios revelada y expresada por la enseñanza del Magisterio. Los pastores deberían estimular el uso de los medios de comunicación social para difundir el Evangelio (cf. *Código de derecho canónico*, can. 822, § 1).

Quienes representan a la Iglesia deben ser honrados e íntegros en sus relaciones con los periodistas. Aun cuando « sus preguntas provocan algunas veces perplejidad y desencanto, sobre todo cuando corresponden poco al contenido fundamental del mensaje que debemos transmitir », debemos tener presente que « esos interrogantes desconcertantes coinciden con los de la mayor parte de nuestros contemporáneos » (*Para una pastoral de la cultura*, 34). Si la Iglesia quiere hablar de modo creíble a la gente de hoy, quienes hablan en su nombre tienen que dar respuestas creíbles y verdaderas a esas preguntas aparentemente incómodas.

Los católicos, como los demás ciudadanos, tienen el derecho a expresarse libremente y por ello también el de acceder a los medios de comunicación para este fin. El derecho de expresión incluye la posibilidad de manifestar opiniones acerca del bien de la Iglesia, con el debido respeto a la integridad de la fe y la moral, respeto a los pastores, y consideración por el bien común y la dignidad de las personas (cf. *Código de derecho canónico*, c. 212, § 3; c. 227). Sin embargo, nadie tiene derecho a hablar en nombre de la Iglesia, ni a implicarla



en lo que haga, sin haber sido designado expresamente; y las opiniones personales no deberían presentarse como enseñanza de la Iglesia (cf. *ib.*, c. 227).

Sería un gran bien para la Iglesia que un mayor número de personas que tienen cargos y cumplen funciones en su nombre se formaran en el uso de los medios de comunicación. Esto no vale solamente para los seminaristas, para miembros de comunidades religiosas en período de formación y para los jóvenes laicos católicos; vale para todo el personal de la Iglesia. Si los medios de comunicación son « neutrales, abiertos y honrados », ofrecen a los cristianos bien preparados « un papel misionero de primer plano », y es importante que éstos estén « bien formados y se les apoye » (*Para una pastoral de la cultura*, 34). Los pastores también deberían ofrecer a sus fieles orientación acerca de los medios de comunicación y de sus mensajes, a veces discordantes e incluso destructivos (cf. *Código de derecho canónico*, c. 822, § 2 y 3).

Una consideración análoga es válida también respecto a la comunicación interna en la Iglesia. Un flujo recíproco de información y puntos de vista entre los pastores y los fieles, una libertad de expresión que tenga en cuenta el bien de la comunidad y el papel del Magisterio al promoverla, y una opinión pública responsable, son expresiones importantes del « derecho fundamental al diálogo y a la información en el seno de la Iglesia » (*Aetatis novae*, 10; cf. *Communio et progressio*, 20).

El derecho de expresión debe ejercerse con deferencia a la verdad revelada y a la enseñanza de la Iglesia, y respetando los derechos eclesiales de los demás (cf. *Código de derecho canónico*, c. 212, § 1, 2 y 3; c. 220). Como sucede en otras comunidades e instituciones, a veces la Iglesia necesita —y en ocasiones tiene el deber— de practicar la reserva y la discreción. Pero no debería hacerlo con miras a la manipulación y al control. Dentro de la comunión de fe, quienes « poseen la sagrada potestad están al servicio de sus hermanos para que todos los que son miembros del pueblo de Dios y tienen, por tanto, la verdadera dignidad de cristianos, aspirando al mismo fin, en libertad y orden, lleguen a la salvación » (*Lumen gentium*, 18). La práctica correcta de la comunicación es uno de los modos de realizar esta concepción.

V. CONCLUSIÓN

27. Al comenzar el tercer milenio de la era cristiana, la humanidad está creando una red global de transmisión instantánea de información, de ideas y de juicios de valor en la ciencia, el comercio, la educación, el entretenimiento, la política, el arte, la religión, y en todos los demás campos.

Esta red ya es accesible directamente a muchas personas en sus hogares, en las escuelas y en los lugares de trabajo, es decir, prácticamente dondequiera que se encuentren. Es común ver en tiempo real acontecimientos, desde deportes hasta guerras, que suceden en el otro extremo del planeta. La gente puede entrar directamente en contacto con una infinidad de datos que hasta hace poco no estaban siquiera al alcance de especialistas y estudiantes. Una persona puede ascender a las alturas del genio humano y de la virtud, o caer en el abismo de la degradación mientras está sentada sola ante un teclado o una pantalla. La tecnología de la comunicación logra constantemente nuevos avances, con enormes potencialidades para el bien y para el mal. Al mismo tiempo que aumenta la



interactividad, se desdibuja la distinción entre comunicadores y usuarios. Se necesita una investigación continua sobre el impacto y, en especial, sobre las implicaciones éticas de los medios de comunicación, tanto nuevos como emergentes.

28. Pero, a pesar de su inmenso poder, los medios de comunicación son y seguirán siendo sólo medios, es decir, instrumentos, herramientas disponibles tanto para un uso bueno como para uno malo. A nosotros corresponde elegir. Los medios de comunicación no exigen una nueva ética; lo que exigen es la aplicación de principios ya establecidos a las nuevas circunstancias. Y ésta es la tarea en la que todos tienen un papel que desempeñar. La ética en los medios de comunicación no sólo es tarea de especialistas en comunicación social o en filosofía moral; la reflexión y el diálogo que este documento pretende impulsar y fomentar deben alcanzar horizontes más amplios y globales.

29. La comunicación social puede unir a las personas en comunidades presididas por la simpatía y los intereses comunes. ¿Estarán dichas comunidades basadas en la justicia, la decencia y el respeto de los derechos humanos? ¿Se comprometerán en favor del bien común? ¿O, por el contrario, serán egoístas e introvertidas, buscando el beneficio de grupos particulares —económicos, raciales, políticos e incluso religiosos— a expensas de los demás? ¿Servirá la nueva tecnología a todas las naciones y a todos los pueblos, respetando las tradiciones culturales de cada uno, o será un instrumento para aumentar la riqueza de los ricos y el poder de los poderosos? Corresponde a nosotros elegir.

Los medios de comunicación también pueden usarse para separar y aislar. La tecnología permite cada vez más a la gente reunir informaciones y servicios elaborados exclusivamente para ella. Eso supone ventajas reales, pero plantea una cuestión inevitable: ¿será la audiencia del futuro una multitud de audiencias de una sola persona? La nueva tecnología, a la vez que puede aumentar la autonomía individual, tiene otras implicaciones menos positivas. El « web » del futuro, en lugar de ser una comunidad global, ¿podría convertirse en una vasta y fragmentada red de personas aisladas —abejas humanas en sus celdas—, que interactúan con datos y no directamente unos con otros? ¿Qué sería de la solidaridad, o qué sería del amor, en un mundo como ese?

Aún en el mejor de los casos la comunicación humana tiene serias limitaciones; es más o menos imperfecta y corre el riesgo de fracasar. A las personas les resulta difícil comunicarse siempre unas con otras honradamente, de un modo que no haga daño y sirva lo mejor posible a los intereses de todos. Además, en el mundo de los medios de comunicación, las dificultades inherentes a ella a menudo son acrecentadas por la ideología, por el afán de lucro y control político, por rivalidades y conflictos entre grupos, y por otros males sociales. Los actuales medios de comunicación aumentan mucho el alcance de la comunicación social, su cantidad, su velocidad; pero no hacen menos frágil ni menos susceptible de fracasar la disposición humana a comunicarse de mente a mente, de corazón a corazón.

30. Como hemos dicho, la contribución especial que la Iglesia ofrece al debate en este campo consiste en una visión de la persona humana, de su incomparable dignidad y de sus derechos inviolables, y en una visión de la comunidad humana cuyos miembros están unidos en virtud de la solidaridad con vistas al bien común de todos. La necesidad de estos dos conceptos es especialmente urgente « cuando se está obligado a constatar el carácter parcial de propuestas que elevan lo efímero al rango de valor, creando ilusiones sobre la



posibilidad de alcanzar el verdadero sentido de la existencia »; al faltar esas visiones, « muchos llevan una vida casi hasta el límite de la ruina, sin saber bien lo que les espera » (*Fides et ratio*, 6).

Ante esta crisis, la Iglesia se presenta como « experta en humanidad », cuya experiencia « la mueve a extender necesariamente su misión religiosa a los diversos campos » del comportamiento humano (*Sollicitudo rei socialis*, 41; cf. Pablo VI, *Populorum progressio*, 13). No puede conservar exclusivamente para sí misma la verdad sobre la persona humana y sobre la comunidad humana; al contrario, debe compartirla abiertamente, siempre consciente de que la gente puede responder en forma negativa a la verdad, y también a ella misma.

La Iglesia, al tratar de fomentar y apoyar elevados modelos éticos en el uso de los medios de comunicación social, busca el diálogo y la colaboración con los demás: con los funcionarios públicos, que tienen el deber particular de proteger y promover el bien común de la comunidad política; con los hombres y mujeres del mundo de la cultura y las artes; con estudiosos y profesores comprometidos en la formación de los comunicadores y los oyentes futuros; con los miembros de las demás Iglesias y grupos religiosos que comparten su deseo de que los medios de comunicación se usen para la gloria de Dios y el servicio al género humano (cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Criterios para la cooperación ecuménica e interreligiosa en las comunicaciones*); y, en especial, con los comunicadores profesionales: escritores, directores, reporteros, corresponsales, actores, productores y personal técnico, así como con los propietarios, los administradores y los responsables de la política en este campo.

31. A pesar de sus limitaciones, la comunicación humana encierra en sí algo de la actividad creadora de Dios. « El Artista divino, con amorosa condescendencia, transmite al artista humano » —y, podríamos añadir, también a los comunicadores— « un destello de su sabiduría trascendente, llamándolo a compartir su potencia creadora »; si llegan a comprender esto, los artistas y los comunicadores « pueden comprenderse a fondo a sí mismos, y su propia vocación y misión » (Juan Pablo II, *Carta a los artistas*, 1).

El comunicador cristiano en particular tiene una tarea, una vocación profética: clamar contra los falsos dioses e ídolos de nuestro tiempo —el materialismo, el hedonismo, el consumismo, el nacionalismo extremo y otros—, ofreciendo a todos un cuerpo de verdades morales basadas en la dignidad y los derechos humanos, la opción preferencial por los pobres, el destino universal de los bienes, el amor a los enemigos y el respeto incondicional a toda vida humana, desde la concepción hasta la muerte natural; y buscando la realización más perfecta del Reino en este mundo, conscientes de que, al final de los tiempos, Jesús restablecerá todas las cosas y las restituirá al Padre (cf. *1 Co 15, 24*).

32. Para concluir, dado que estas reflexiones se dirigen a todas las personas de buena voluntad, y no sólo a los católicos, conviene hablar de Jesús como modelo para los comunicadores. « En estos últimos tiempos » Dios Padre « nos ha hablado por medio del Hijo » (*Hb 1,2*); y este Hijo nos comunica ahora y siempre el amor del Padre y el sentido último de nuestra vida.



« El mismo Cristo en su vida se presentó como el perfecto *comunicador*. Por la encarnación se revistió de la semejanza de aquellos que después iban a recibir su mensaje, proclamado tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo. Sin embargo, se acomodaba a su forma y modo de hablar y pensar, ya que lo hacía desde su misma situación y condición » (*Communio et progressio*, 11: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 6 de junio de 1971, p. 3).

Durante la vida pública de Jesús las muchedumbres se reunían para escuchar su predicación y su enseñanza (cf. *Mt* 8,1.18; *Mc* 2,2; 4,1; *Lc* 5,1, etc.); él enseñaba « como quien tiene autoridad » (*Mt* 7,29; cf. *Mc* 1,22; *Lc* 4,32). Les hablaba del Padre y, al mismo tiempo, los dirigía hacia sí mismo, explicando: « Yo soy el camino, la verdad y la vida » (*Jn* 14,6) y « el que me ha visto a mí, ha visto al Padre » (*Jn* 14,9). No perdió tiempo en discursos insustanciales o justificándose a sí mismo, ni siquiera cuando fue acusado y condenado (cf. *Mt* 26,63; 27,12-14; *Mc* 15,5; 15,61), pues su « alimento » era hacer la voluntad del Padre que lo había enviado (cf. *Jn* 4,34); y todo lo que decía y hacía guardaba relación con esa voluntad.

A menudo la enseñanza de Jesús adoptaba la forma de parábolas y relatos coloridos que expresaban profundas verdades con las palabras sencillas que se usaban a diario. No sólo sus palabras, sino también sus obras, especialmente sus milagros, eran actos de comunicación, que revelaban su identidad y manifestaban el poder de Dios (cf. *Evangelii nuntiandi*, 12). En sus comunicaciones mostraba respeto por sus oyentes, solicitud por su situación y sus necesidades, compasión por su sufrimiento (por ejemplo, véase *Lc* 7,13), y firme determinación de decirles lo que necesitaban oír, de un modo que debía atraer poderosamente su atención y ayudarles a recibir el mensaje, sin coerción ni componendas, sin engaño ni manipulación. Invitaba a los demás a abrir su mente y su corazón a él, sabiendo que éste era el modo de llevarles hacia él y hacia su Padre (véase, por ejemplo, *Jn* 3,1-15; 4,7-26).

Jesús enseñaba que la comunicación es un acto moral: « De lo que rebosa el corazón habla la boca. El hombre bueno, del buen tesoro saca cosas buenas; y el hombre malo, del tesoro malo saca cosas malas. Os digo que de toda palabra ociosa que hablen los hombres darán cuenta en el día del juicio. Porque por tus palabras serás declarado justo y por tus palabras serás condenado » (*Mt* 12,34-37). Criticaba severamente a quienes escandalizaran a los « pequeños », y aseguraba que a quien lo hiciera « era mejor que le pusieran al cuello una piedra y lo echaran al mar » (*Mc* 9,42; cf. *Mt* 18,6; *Lc* 17,2). Era completamente sincero; un hombre de quien se podía decir que « en su boca no se halló engaño »; y también: « al ser insultado, no respondía con insultos; al padecer, no amenazaba, sino que se ponía en manos de aquel que juzga con justicia » (*1 P* 2,22-23). Insistía en la sinceridad y en la veracidad de los demás, al mismo tiempo que condenaba la hipocresía, la inmoralidad y cualquier forma de comunicación que fuera torcida y perversa: « Sea vuestro lenguaje: "Sí, sí"; "no, no", pues lo que pasa de aquí viene del maligno » (*Mt* 5,37).

33. Jesús es el modelo y el criterio de nuestra comunicación. Para quienes están implicados en la comunicación social —responsables de la política, comunicadores profesionales, usuarios, sea cual sea el papel que desempeñen— la conclusión es clara: « Por tanto, desechando la mentira, hablad con verdad cada cual con su prójimo, pues somos miembros los unos de los otros. (...) No salga de vuestra boca palabra dañosa, sino la que sea



conveniente para edificar según la necesidad y hacer el bien a los que os escuchen » (Ef 4,25.29). Servir a la persona humana, construir una comunidad humana fundada en la solidaridad, en la justicia y en el amor, y decir la verdad sobre la vida humana y su plenitud final en Dios han sido, son y seguirán ocupando el centro de la ética en los medios de comunicación.

Ciudad del Vaticano, 4 de Junio del 2000, Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, Jubileo de los Periodistas.

2. **Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales**, Iglesia e Internet 2002.

1. El interés de la Iglesia por Internet es una expresión particular de su antiguo interés por los medios de comunicación social. Considerándolos como un resultado del proceso histórico científico por el que la humanidad «avanza cada vez más en el descubrimiento de los recursos y de los valores encerrados en todo lo creado», la Iglesia ha declarado a menudo su convicción de que los medios de comunicación son, como dice el Vaticano II, «maravillosos inventos de la técnica», que ya hacen mucho para afrontar las necesidades humanas y pueden hacer aún mucho más. Así, la Iglesia ha tenido un enfoque fundamentalmente positivo de los medios de comunicación. Los documentos del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, aun condenando abusos serios, se han preocupado por aclarar que «una actitud de pura restricción o de censura por parte de la Iglesia (...) ni es suficiente ni apropiada».

Citando la carta encíclica *Miranda prorsus* del Papa Pío XII, del año 1957, la instrucción pastoral sobre los Medios de Comunicación Social *Communio et progressio*, publicada en 1971, subrayó este punto: « La Iglesia los ve como 'dones de Dios', ya que, según designio de la divina Providencia, unen fraternalmente a los hombres para que colaboren así con su voluntad salvífica ». Esta sigue siendo nuestra opinión, y es la misma opinión que tenemos de Internet.

2. Desde el punto de vista de la Iglesia, la historia de la comunicación humana es como un largo viaje, que lleva a la humanidad «desde el orgulloso proyecto de Babel y la caída en la confusión e incompreensión mutua que produjo (cf. Gn 11, 1-9), hasta Pentecostés y el don de lenguas: una restauración de la comunicación, centrada en Jesús, bajo la acción del Espíritu Santo». En la vida, muerte y resurrección de Cristo, el fundamento último y el primer modelo de la «comunicación entre los hombres lo encontramos en Dios que se ha hecho hombre y hermano».

Los medios modernos de comunicación social son una parte importante de esta historia. Como dice el Concilio Vaticano II «aunque hay que distinguir cuidadosamente el progreso terreno del crecimiento del Reino de Cristo, sin embargo, el primero, en la medida en que puede contribuir a ordenar mejor la sociedad humana, interesa mucho al Reino de Dios». Viendo a esta luz los medios de comunicación social, descubrimos que «contribuyen eficazmente a descansar y cultivar el espíritu y a propagar y fortalecer el reino de Dios».

Hoy esto se aplica de modo especial a Internet, que está contribuyendo a realizar cambios revolucionarios en el comercio, la educación, la política, el periodismo, las relaciones entre



las naciones y entre las culturas, cambios no sólo en el modo como la gente se comunica, sino también en el modo como comprende su vida. Discutimos la dimensión ética de estos temas en otro documento sobre cuestiones análogas. Aquí consideramos las implicaciones que tiene Internet para la religión y especialmente para la Iglesia católica.

3. La Iglesia tiene un doble objetivo con respecto a los medios de comunicación. Uno de ellos consiste en fomentar su correcto desarrollo y uso con vistas al progreso humano, la justicia y la paz, para la construcción de la sociedad en los ámbitos local, nacional y comunitario a la luz del bien común y con espíritu de solidaridad. Al considerar la gran importancia de las comunicaciones sociales, la Iglesia «desea poder entablar un diálogo honrado y respetuoso con los responsables de los medios de comunicación», un diálogo que atañe principalmente a la programación de dichos medios. «Este diálogo implica que la Iglesia se esfuerce en comprender los medios de comunicación —sus objetivos, sus estructuras internas y sus modalidades— y que sostenga y anime a los que trabajan en ellos. Basándose en esta comprensión y este apoyo, se pueden hacer propuestas significativas con vistas a la eliminación de los obstáculos que se oponen al progreso humano y a la proclamación del Evangelio».

Pero la preocupación de la Iglesia también se refiere a la comunicación en y por la Iglesia misma. Esta comunicación es más que un ejercicio de técnica, pues «se basa en la comunicación entre el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo, y en su comunicación con nosotros»; y la realización de esta comunicación trinitaria «llega hasta la humanidad: el Hijo es la Palabra, pronunciada eternamente por el Padre; y en Jesucristo y por Jesucristo, Hijo y Palabra hecha carne, Dios se comunica a sí mismo y comunica su salvación a los hombres y mujeres».

Dios sigue comunicándose con la humanidad a través de la Iglesia, portadora y depositaria de su revelación, a cuyo ministerio de enseñanza viva ha confiado la tarea de interpretar de modo auténtico su palabra. Además, la Iglesia misma es *communio*, una comunión de personas y comunidades eucarísticas que nacen de la comunión de la Trinidad y se reflejan en ella; por tanto, la comunicación es la esencia de la Iglesia. Por esta razón, más que por cualquier otra, «el ejercicio de la comunicación por parte de la Iglesia debería ser ejemplar, reflejando los elevados modelos de verdad, responsabilidad y sensibilidad con respecto a los derechos humanos, así como otros importantes principios y normas».

4. Hace tres décadas la *Communio et progressio* señalaba que «los medios modernos de comunicación ofrecen nuevos instrumentos para que la gente se confronte con el mensaje del Evangelio». El Papa Pablo VI afirmó que la Iglesia «se sentiría culpable ante Dios», si dejara de usar los medios de comunicación para la evangelización. El Papa Juan Pablo II definió los medios de comunicación como «el primer areópago de la edad moderna», y declaró que «no basta usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio auténtico de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta 'nueva cultura' creada por la comunicación moderna». Hacer esto es muy importante hoy en día, no sólo porque los medios de comunicación ejercen una fuerte influencia en lo que la gente piensa sobre la vida, sino también porque en gran parte «la experiencia humana como tal ha llegado a ser una experiencia de los medios de comunicación».



Todo esto se aplica a Internet. Y aunque el mundo de las comunicaciones sociales «puede dar la impresión de oponerse al mensaje cristiano, también ofrece oportunidades únicas para proclamar la verdad salvífica de Cristo a la entera familia humana. (...) Pensemos (...) en las grandes posibilidades que brinda Internet para difundir información y enseñanza de carácter religioso, superando obstáculos y fronteras. Los que han predicado el Evangelio antes que nosotros jamás hubieran podido imaginar una audiencia tan vasta. (...) Los católicos no deberían tener miedo de abrir las puertas de los medios de comunicación social a Cristo, para que la buena nueva pueda ser oída desde las azoteas del mundo».

II. OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS

5. «Las comunicaciones que se hacen en la Iglesia y por la Iglesia consisten esencialmente en el anuncio de la buena nueva de Jesucristo. Es la proclamación del Evangelio como palabra profética y liberadora dirigida a los hombres y a las mujeres de nuestro tiempo; es el testimonio dado de la verdad divina y el destino trascendente de la persona humana, frente a una secularización radical; es ponerse de parte de la justicia, en solidaridad con todos los creyentes, al servicio de la comunión de los pueblos, las naciones y las culturas, frente a los conflictos y las divisiones».

Dado que anunciar la buena nueva a la gente formada por una cultura de los medios de comunicación requiere considerar atentamente las características especiales de los medios mismos, la Iglesia necesita ahora comprender Internet. Esto es preciso para comunicarse eficazmente con la gente, de manera especial con los jóvenes, que están sumergidos en la experiencia de esta nueva tecnología, y también para usarla bien.

Los medios de comunicación ofrecen importantes beneficios y ventajas desde una perspectiva religiosa: «Transmiten noticias e información de acontecimientos, ideas y personalidades del ámbito religioso, y sirven como vehículos para la evangelización y la catequesis. Diariamente proporcionan inspiración, aliento y oportunidades de participar en funciones litúrgicas a personas obligadas a permanecer en sus hogares o en instituciones». ²³ Además de estos beneficios, hay otros que son peculiares de Internet. Esta proporciona al público un acceso directo e inmediato a importantes recursos religiosos y espirituales: grandes bibliotecas, museos y lugares de culto, documentos del Magisterio, y escritos de los Padres y Doctores de la Iglesia, y la sabiduría religiosa de todos los tiempos. Posee una notable capacidad de superar las distancias y el aislamiento, poniendo en contacto a personas animadas por sentimientos de buena voluntad que participan en comunidades virtuales de fe para alentarse y apoyarse recíprocamente. La Iglesia puede prestar un servicio importante tanto a los católicos como a los no católicos mediante la selección y la transmisión de datos útiles en este medio.

Internet es importante para muchas actividades y programas de la Iglesia: la evangelización, que incluye tanto la re-evangelización como la nueva evangelización y la tradicional labor misionera *ad gentes*; la catequesis y otros tipos de educación; las noticias y la información; la apologética, el gobierno y la administración; y algunas formas de asesoría pastoral y dirección espiritual. Aunque la realidad virtual del ciberespacio no puede sustituir a la comunidad real e interpersonal o a la realidad encarnada de los sacramentos y la liturgia, o la proclamación inmediata y directa del Evangelio, puede complementarlas, atraer a la gente hacia una experiencia más plena de la vida de fe y enriquecer la vida religiosa de los



usuarios, a la vez que les brinda sus experiencias religiosas. También proporciona a la Iglesia medios para comunicarse con grupos particulares —jóvenes y adultos, ancianos e impedidos, personas que viven en zonas remotas, miembros de otras comunidades religiosas— a los que de otra manera difícilmente podría llegar.

Un número creciente de parroquias, diócesis, congregaciones religiosas, instituciones relacionadas con la Iglesia, programas y todo tipo de organizaciones hacen ahora uso efectivo de Internet con estas y otras finalidades. En algunos lugares, tanto a nivel nacional como regional, han existido proyectos creativos patrocinados por la Iglesia. La Santa Sede ha estado activa en esta área durante muchos años, y sigue difundiendo y desarrollando su presencia en Internet. A los grupos vinculados a la Iglesia que todavía no han dado este paso se les anima a considerar la posibilidad de hacerlo cuanto antes. Recomendamos encarecidamente el intercambio de ideas e información sobre Internet entre quienes ya tienen experiencia en este campo y quienes son principiantes.

6. La Iglesia también necesita comprender y usar Internet como un medio de comunicaciones internas. Esto requiere tener claramente en cuenta su carácter especial de medio directo, inmediato, interactivo y participativo.

El doble canal de interactividad de Internet ya está borrando la antigua distinción entre quienes comunican y quienes reciben lo que se comunica, y está creando una situación en la que, al menos potencialmente, todos pueden hacer ambas cosas. Esta no es la comunicación del pasado en una única dirección, de arriba a abajo. A medida que la gente se familiarice con esta característica de Internet en otros ámbitos de su vida, se puede esperar que lo utilice también por lo que respecta a la religión y a la Iglesia.

La tecnología es nueva, pero los criterios no. El Concilio Vaticano II afirmó que los miembros de la Iglesia deberían manifestar a sus pastores «sus necesidades y deseos con la libertad y confianza que deben tener los hijos de Dios y hermanos en Cristo»; de hecho, de acuerdo con su conocimiento, competencia o posición, los fieles « tienen el derecho, e incluso algunas veces el deber, de expresar sus opiniones sobre lo que se refiere al bien de la Iglesia ». La *Communio et progressio* subrayó que, como «cuerpo vivo », la Iglesia « necesita el intercambio de las legítimas opiniones de sus miembros ». Aun cuando las verdades de fe «no dejan espacio a interpretaciones arbitrarias», la constitución pastoral observa que existe « una enorme área donde los miembros de la Iglesia pueden expresar sus puntos de vista ».

Ideas similares se expresan en el Código de derecho canónico, así como en los documentos más recientes del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales. La *Aetatis novae* define la comunicación de dos direcciones y la opinión pública como « una forma concreta de llevar a la práctica el carácter de *communio* de la Iglesia ». *Ética en las comunicaciones sociales* afirma: « Un flujo recíproco de información y puntos de vista entre los pastores y los fieles, una libertad de expresión que tenga en cuenta el bien de la comunidad y el papel del Magisterio al promoverla, y una opinión pública responsable, son expresiones importantes del 'derecho fundamental al diálogo y a la información en el seno de la Iglesia' ». Internet proporciona un medio tecnológico eficaz para realizar esta perspectiva.



Así pues, aquí tenemos un instrumento que se puede usar creativamente para varios aspectos de administración y gobierno. Además de abrir canales para la expresión de la opinión pública, pensamos en otros elementos, como consultar expertos, preparar encuentros y practicar la colaboración en las Iglesias e institutos religiosos, a nivel local, nacional e internacional, así como entre ellos.

7. La educación y la formación son otras áreas oportunas y necesarias. « Hoy todos necesitan alguna forma de formación permanente acerca de los medios de comunicación social, sea mediante el estudio personal, sea mediante la participación en un programa organizado, sea con ambos. La educación para el uso de los medios de comunicación social, más que enseñar algo acerca de las técnicas, ayuda a la gente a formarse criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos; se trata de un aspecto de la formación de la conciencia. A través de sus escuelas y de sus programas de formación, la Iglesia debería proporcionar este tipo de educación para el uso de los medios de comunicación social ».

La educación y la formación relativas a Internet pueden integrar programas globales de educación en los medios de comunicación accesibles a los miembros de la Iglesia. En la medida de lo posible la planificación pastoral de los medios de comunicación debería prever esta formación para los seminaristas, los sacerdotes, los religiosos y el personal pastoral laico como maestros, padres y estudiantes.

Los jóvenes, en particular, necesitan que se les enseñe « no sólo a ser buenos cristianos cuando son receptores, sino también cuando son activos al usar todas las ayudas para la comunicación que ofrecen los medios de comunicación. (...) Así, los jóvenes se convertirán en auténticos ciudadanos de la era de las comunicaciones sociales que parece iniciarse en este tiempo », era en que se considera a los medios de comunicación como « parte integrante de una cultura aún inacabada cuyas plenas implicaciones todavía no se entienden perfectamente ». Así, la enseñanza sobre Internet y las nuevas tecnologías implica mucho más que meras enseñanzas técnicas; los jóvenes necesitan aprender cómo funcionar bien en el mundo del ciberespacio, cómo hacer juicios maduros, según sólidos criterios morales, sobre lo que encuentran en él, y cómo usar la nueva tecnología para su desarrollo integral y en beneficio de los demás.

8. Internet también plantea algunos problemas especiales a la Iglesia, además de los de índole general discutidos en el documento adjunto a este. A la vez que se destaca lo que es positivo en relación con Internet, es importante aclarar lo que no lo es.

En un nivel muy profundo, « a veces el mundo de los medios de comunicación puede parecer indiferente e incluso hostil a la fe y a la moral cristiana. En parte esto se debe a que la cultura de los medios de comunicación se ha ido impregnando progresivamente de una mentalidad típicamente posmoderna, según la cual la única verdad absoluta es que no existen verdades absolutas o, en caso de que existieran, serían inaccesibles a la razón humana y, por tanto, irrelevantes ».

Entre los problemas específicos creados por Internet figura la presencia de sitios llenos de odio dedicados a difamar y atacar a los grupos religiosos y étnicos. Algunos de ellos toman como blanco a la Iglesia católica. Como la pornografía y la violencia en los medios de comunicación, estos sitios de Internet « evidencian la componente más turbia de la



naturaleza humana, dañada por el pecado ». Y aunque el respeto a la libertad de expresión exige a veces tolerar hasta cierto punto incluso las voces de lo negativo, la aplicación de la autorregulación y, cuando sea necesario, la intervención de la autoridad pública, deberían establecer y hacer respetar algunos límites razonables acerca de lo que se puede decir.

La proliferación de sitios web que se autodefinen católicos plantea un problema de tipo diferente. Como hemos dicho, los grupos vinculados a la Iglesia deberían estar creativamente presentes en Internet; y las personas bien motivadas e informadas, así como los grupos no oficiales que actúan por su propia iniciativa, también tienen derecho a estar en él. Pero origina confusión, por lo menos, no distinguir interpretaciones doctrinales desviadas, prácticas arbitrarias de devoción y posturas ideológicas que se autocalifican de « católicas », de las posiciones auténticas de la Iglesia. Sugerimos un enfoque de esta cuestión más adelante.

9. Algunas otras cuestiones requieren mucha reflexión. Con respecto a ellas, instamos a proseguir la investigación y el estudio continuos, incluyendo « la elaboración de una antropología y una verdadera teología de la comunicación », con referencia específica a Internet. Desde luego, además del estudio y la investigación, se puede y se debe proponer una programación pastoral positiva para el uso de Internet.

Un área de investigación podría responder a la sugerencia según la cual la amplia gama de opciones relativas a los productos y servicios destinados al consumidor disponibles en Internet tiene un efecto indirecto por lo que atañe a la religión, y favorece un enfoque de « consumidor » sobre cuestiones de fe. Los datos sugieren que algunos visitantes de los sitios web religiosos pueden hacer compras, seleccionar y escoger elementos de paquetes religiosos a medida del usuario para adaptarlos a sus gustos personales. La « tendencia, por parte de algunos católicos, de matizar el grado de adhesión » a la enseñanza de la Iglesia es un problema conocido en otros contextos; se necesita más información para saber si, y hasta qué punto, Internet agrava este problema.

De modo análogo, como observamos antes, la realidad virtual del ciberespacio tiene algunas implicaciones preocupantes tanto para la religión como para otras áreas de la vida. La realidad virtual no sustituye la presencia real de Cristo en la Eucaristía, ni la realidad sacramental de los otros sacramentos, ni tampoco el culto compartido en una comunidad humana de carne y hueso. No existen los sacramentos en Internet; e incluso las experiencias religiosas posibles ahí por la gracia de Dios son insuficientes si están separadas de la interacción del mundo real con otras personas de fe. Este es otro aspecto de Internet que requiere estudio y reflexión. Al mismo tiempo, la programación pastoral debería considerar cómo llevar a las personas desde el ciberespacio hasta una auténtica comunidad y cómo podría luego usarse Internet, mediante la enseñanza y la catequesis, para apoyarlos y enriquecerlos en su compromiso cristiano.

III. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIÓN

10. Los creyentes, presentes también en Internet con sus legítimas inquietudes, desean una presencia activa de cara al futuro de este nuevo medio. Por supuesto que esto conlleva una adaptación de la mentalidad a las características y estilo del mismo.



Es importante, además, que la gente en todos los sectores de la Iglesia use Internet de modo creativo para asumir sus responsabilidades y realizar la obra de la Iglesia. No es aceptable quedarse atrás tímidamente por miedo a la tecnología o por cualquier otra razón, considerando las numerosas posibilidades positivas que ofrece Internet. « Métodos para facilitar la comunicación y el diálogo entre sus propios miembros pueden fortalecer los vínculos de unidad entre los mismos. El acceso inmediato a la información le da a la Iglesia la posibilidad de ahondar en su diálogo con el mundo contemporáneo. (...) La Iglesia tiene más facilidades para informar al mundo acerca de sus creencias y explicar los motivos de su actitud sobre cualquier problema o acontecimiento concretos. También puede escuchar con más claridad la voz de la opinión pública y estar en el centro de un debate continuo con el mundo, comprometiéndose así más a fondo en la búsqueda común por resolver los problemas más urgentes de la humanidad ».

11. Por tanto, al concluir estas reflexiones, ofrecemos palabras de aliento a algunos grupos en particular: a los dirigentes de la Iglesia, a los agentes pastorales, a los educadores, a los padres y, de modo especial, a los jóvenes.

A los dirigentes de la Iglesia. Los responsables de los diversos ámbito de la Iglesia necesitan conocer las características de los medios de comunicación social de cara a un uso adecuado de los mismos en la elaboración de planes pastorales en general y referentes al sector mismo de la comunicación. En muchos se hace necesaria una formación específica para ello; de hecho, «sería un gran bien para la Iglesia que un mayor número de personas que tienen cargos y cumplen funciones en su nombre se formaran en el uso de los medios de comunicación social».

Esto se aplica tanto a Internet como a los medios de comunicación tradicionales. Los dirigentes de la Iglesia están obligados a usar «las potencialidades de esta 'edad informática', con el fin de servir a la vocación humana y trascendente de cada ser humano, y así glorificar al Padre, de quien viene todo bien». Pueden emplear esta notable tecnología en muchos y diferentes aspectos de la misión de la Iglesia, al mismo tiempo que aprovechan también las oportunidades que ofrecen para la cooperación ecuménica e interreligiosa.

Como hemos visto, un aspecto especial de Internet concierne a la proliferación, a veces confusa, de sitios web no oficiales que se definen « católicos ». Con respecto al material de índole catequética o específicamente doctrinal, podría ser útil un sistema de certificación voluntaria a nivel local y nacional bajo la supervisión de representantes del Magisterio. No se trata de censura, sino de ofrecer a los usuarios de Internet una guía segura sobre lo que expresa la posición auténtica de la Iglesia.

A los agentes pastorales. Sacerdotes, diáconos, religiosos y agentes pastorales laicos deberían procurar formarse en los medios de comunicación para saber hacen buen uso de las posibilidades de las comunicaciones sociales sobre las personas y la sociedad, de modo que les ayude a adquirir un estilo de comunicación que hable a las sensibilidades y a los intereses de la gente que vive inmersa en una cultura mediática. Hoy esto les exige claramente el aprendizaje de Internet, incluyendo cómo usarlo en su trabajo. También pueden beneficiarse de los sitios web que posibilitan una actualización teológica y pastoral.



Con respecto al personal de la Iglesia implicado directamente en los medios de comunicación, no es necesario decir que debe contar con formación profesional. Pero también precisa formación doctrinal y espiritual, puesto que « para testimoniar a Cristo es necesario encontrarse personalmente con él y cultivar esa relación a través de la oración, la Eucaristía y el sacramento de la reconciliación, leyendo y meditando la palabra de Dios, estudiando la doctrina cristiana y sirviendo a los demás ».

A los educadores y a los catequistas. La instrucción pastoral *Communio et progressio* habla de la « obligación urgente » que tienen las escuelas católicas de formar a comunicadores y receptores de las comunicaciones sociales en los principios cristianos pertinentes. Este mismo mensaje ha sido repetido muchas veces. En la era de Internet, con su enorme alcance e impacto, esta necesidad es más urgente que nunca.

Las universidades, los colegios y las escuelas católicas, así como los programas educativos en todos los niveles, deberían ofrecer cursos para varios grupos —« seminaristas, sacerdotes, religiosos y religiosas o animadores laicos; (...) profesores, padres y estudiantes »,— así como una formación más esmerada en cuestiones de tecnología, administración, ética y política de las comunicaciones destinada a las personas que se preparan para trabajar profesionalmente en los medios de comunicación o para desempeñar funciones directivas, incluyendo a quienes trabajan para la Iglesia en las comunicaciones sociales. Además, confiamos los problemas y las cuestiones antes mencionados a la atención de alumnos e investigadores de las disciplinas pertinentes en las instituciones católicas de estudios superiores.

A los padres. Por el bien de sus hijos, así como por el suyo propio, los padres deben « aprender y poner en práctica su capacidad de discernimiento como telespectadores, oyentes y lectores, dando ejemplo en sus hogares de un uso prudente de los medios de comunicación social ». En lo que a Internet se refiere, a menudo los niños y los jóvenes están más familiarizados con él que sus padres, pero éstos tienen la grave obligación de guiar y supervisar a sus hijos en su uso. Si esto implica aprender más sobre Internet de lo que han aprendido hasta ahora, será algo muy positivo.

La supervisión de los padres debería incluir el uso de un filtro tecnológico en los ordenadores accesibles a los niños, cuando sea económica y técnicamente factible, para protegerlos lo más posible de la pornografía, de los depredadores sexuales y de otras amenazas. No debería permitírseles la exposición sin supervisión a Internet. Los padres y los hijos deberían discutir juntos lo que se ve y experimenta en el ciberespacio. También es útil compartir con otras familias que tienen los mismos valores y preocupaciones. Aquí, el deber fundamental de los padres consiste en ayudar a sus hijos a llegar a ser usuarios juiciosos y responsables de Internet, y no adictos a ella, que se alejan del contacto con sus coetáneos y con la naturaleza.

A los niños y a los jóvenes. Internet es una puerta abierta a un mundo atractivo y fascinante, con una fuerte influencia formativa; pero no todo lo que está al otro lado de la puerta es saludable, sano y verdadero. « Los niños y los jóvenes deberían ser introducidos en la formación respecto a los medios de comunicación, evitando el camino fácil de la pasividad carente de espíritu crítico, la presión de sus coetáneos y la explotación comercial ». Los



jóvenes tienen consigo mismos, con sus padres, familias y amigos, con sus pastores y maestros y, por último, con Dios, el deber de usar Internet correctamente.

Internet pone al alcance de los jóvenes en una edad inusualmente temprana una inmensa capacidad de hacer el bien o el mal, a sí mismos y a los demás. Puede enriquecer su vida más allá de los sueños de las generaciones anteriores, y capacitarlos para que, a su vez, enriquezcan la vida de los demás. También puede arrastrarlos al consumismo, a la pornografía, a fantasías violentas y a un aislamiento patológico.

Los jóvenes, como se ha dicho repetidamente, son el futuro de la sociedad y de la Iglesia. Un uso correcto de Internet puede ayudar a prepararlos para sus responsabilidades en ambas. Pero esto no sucederá automáticamente. Internet no es sólo un medio de entretenimiento y gratificación del usuario. Es un instrumento para realizar un trabajo útil, y los jóvenes deben aprender a verlo y usarlo así. En el ciberespacio, al menos como en cualquier otro lugar, pueden estar llamados a ir contra corriente, ejercer la contracultura e, incluso, sufrir persecución por estar a favor de lo verdadero y bueno.

12. *A todas las personas de buena voluntad.* Por último, queremos sugerir algunas virtudes que debe cultivar todo el que quiera hacer buen uso de Internet; su práctica se ha de basar y guiar por una valoración realista de sus contenidos.

Se necesita prudencia para ver claramente las implicaciones —el potencial para el bien y para el mal— de este nuevo medio y responder creativamente a sus desafíos y oportunidades.

Se necesita justicia, especialmente justicia en el trabajo de cerrar la brecha digital, la separación entre ricos y pobres en información en el mundo actual. Esto requiere un compromiso en favor del bien común internacional, así como la « globalización de la solidaridad ».

Se necesita fortaleza y valentía. Esto implica defender la verdad frente al relativismo religioso y moral, el altruismo y la generosidad frente al consumismo individualista, y la decencia frente a la sensualidad y el pecado.

Se necesita templanza, autodisciplina ante este formidable instrumento tecnológico que es Internet, para usarlo con sabiduría y exclusivamente para el bien.

Al reflexionar sobre Internet, como sobre todos los otros medios de comunicación social, recordamos que Cristo es « el perfecto comunicador », la norma y el modelo de la Iglesia del enfoque sobre la comunicación, así como del contenido que debe comunicar. «Ojalá que los católicos comprometidos en el mundo de las comunicaciones sociales prediquen desde las azoteas la verdad de Jesús con mucho más valor y alegría, de forma que todos los hombres y mujeres puedan oír hablar del amor que es el centro de la autocomunicación de Dios en Jesucristo, el mismo ayer, hoy y siempre».

Ciudad del Vaticano, 22 de febrero de 2002, Fiesta de la Cátedra de San Pedro Apóstol.



3. Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales, Ética e Internet 2002.

I. INTRODUCCIÓN

1. « El cambio que hoy se ha producido en las comunicaciones supone, más que una simple revolución técnica, la completa transformación de aquello a través de lo cual la humanidad capta el mundo que le rodea y que la percepción verifica y expresa. El constante ofrecimiento de imágenes e ideas así como su rápida transmisión, realizada de un continente a otro, tienen consecuencias, positivas y negativas al mismo tiempo, sobre el desarrollo psicológico, moral y social de las personas, la estructura y el funcionamiento de las sociedades, el intercambio de una cultura con otra, la percepción y la transmisión de los valores, las ideas del mundo, las ideologías y las convicciones religiosas ».

La verdad de estas palabras ha llegado a ser cada vez más evidente durante la última década. No se requiere ahora un gran esfuerzo de imaginación para concebir la tierra como un globo interconectado en el que bullen las transmisiones electrónicas, un planeta que se intercomunica cobijado en el silencio del espacio. La cuestión ética consiste en saber si esto está contribuyendo al auténtico desarrollo humano y ayudando a las personas y a los pueblos a ser fieles a su destino trascendente.

Y, desde luego, en muchos aspectos la respuesta es « sí ». Los nuevos medios de comunicación son poderosos instrumentos para la educación y el enriquecimiento cultural, para la actividad comercial y la participación política, para el diálogo y la comprensión intercultural; y, como subrayamos en el documento adjunto a éste, también sirven a la causa de la religión. A pesar de ello, esta medalla tiene su reverso: los medios de comunicación, que pueden usarse para el bien de las personas y las comunidades, también pueden usarse para explotarlas, manipularlas, dominarlas y corromperlas.

2. Internet es el último y, en muchos aspectos, el más poderoso de una serie de medios de comunicación —telégrafo, teléfono, radio y televisión— que durante el último siglo y medio ha eliminado progresivamente el tiempo y el espacio como obstáculos para la comunicación entre un gran número de personas. Tiene enormes consecuencias para las personas, para las naciones y para el mundo.

En este documento deseamos exponer el punto de vista católico sobre Internet, como un punto de partida para la participación de la Iglesia en el diálogo con otros sectores de la sociedad, especialmente otros grupos religiosos, con respecto al desarrollo y al uso de este admirable instrumento tecnológico. Actualmente hay muchas iniciativas buenas en Internet, con la promesa de otras muchas más, pero también se puede hacer mucho mal con su uso incorrecto. Que el uso sea correcto o incorrecto depende en gran medida de la elección. Para realizar esta elección, la Iglesia aporta dos elementos de gran importancia: su compromiso en favor de la dignidad de la persona humana y su larga tradición de sabiduría moral.

3. Como sucede con otros medios de comunicación, la persona y la comunidad de personas son el centro de la valoración ética de Internet. Con respecto al mensaje comunicado, al proceso de comunicación y a las cuestiones estructurales y sistemáticas de la comunicación, « el principio ético fundamental es el siguiente: la persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social; la



comunicación debería realizarse de persona a persona, con vistas al desarrollo integral de las mismas ».

El bien común —« el conjunto de aquellas condiciones de la vida social que permiten a los grupos y cada uno de sus miembros conseguir más plena y fácilmente su propia perfección »⁵— proporciona un segundo principio básico para la valoración ética de las comunicaciones sociales. Se ha de comprender en su totalidad, como un conjunto de las metas plausibles, por las que los miembros de una comunidad se comprometen juntos, y para cuya realización y sostén la comunidad existe. El bien de las personas depende del bien común de sus comunidades.

La virtud que dispone a la gente a proteger y promover el bien común es la solidaridad. No se trata de un sentimiento « superficial por los males de tantas personas », sino de « una determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común; es decir, por el bien de todos y cada uno, porque todos somos verdaderamente responsables de todos ». Especialmente hoy, la solidaridad tiene una clara y fuerte dimensión internacional; es correcto hablar del bien común internacional, y es obligatorio trabajar por él.

4. El bien común internacional, la virtud de la solidaridad, la revolución en los medios de comunicación social, la tecnología de la información e Internet son importantes para el proceso de globalización.

En gran parte, las nuevas tecnologías conducen y sostienen la globalización, creando una situación en la que « el comercio y las comunicaciones ya no están limitados por las fronteras ». Esto tiene consecuencias muy importantes. La globalización puede acrecentar la riqueza y fomentar el desarrollo; ofrece ventajas como la « eficiencia y el incremento de la producción, (...) la unidad de los pueblos, y un mejor servicio a la familia humana ». Pero hasta ahora estos beneficios no se han distribuido equitativamente. Algunas personas, empresas comerciales y países han incrementado enormemente su riqueza, mientras que otros se han quedado rezagados.

Naciones enteras ya han sido excluidas de este proceso y se les ha negado un lugar en el nuevo mundo que se está formando. « La globalización, que ha transformado profundamente los sistemas económicos, creando posibilidades de crecimiento inesperadas, ha hecho también que muchos se hayan quedado al borde del camino: el desempleo en los países más desarrollados y la miseria en gran parte de los países del hemisferio sur siguen manteniendo a millones de mujeres y hombres al margen del progreso y del bienestar ».

No está claro que incluso las sociedades que han entrado en el proceso de globalización lo hayan hecho por una elección plenamente libre e informada. En realidad, « muchas personas, especialmente las más pobres, la viven como una imposición, más que como un proceso en el que pueden participar activamente ».

En muchas partes del mundo, la globalización está produciendo un rápido y amplio cambio social. No es únicamente un proceso económico, sino cultural, con aspectos positivos y negativos a la vez. « Los que están sometidos a él, a menudo ven la globalización como un torrente destructor que amenaza las normas sociales que los han protegido y los puntos de



referencia culturales que les han dado una orientación en la vida. (...) Los cambios en la tecnología y en las relaciones laborales se están produciendo demasiado rápidamente para que las culturas puedan responder ».

5. Una de las principales consecuencias del desconcierto de los últimos años ha sido que el poder ha pasado de los estados nacionales a las corporaciones transnacionales. Es importante impulsar y ayudar a estas corporaciones a usar su poder para el bien de la humanidad; y éste supone la necesidad de mayor comunicación y diálogo entre ellas y los organismos implicados, como la Iglesia.

Un compromiso decidido de practicar la solidaridad al servicio del bien común, dentro de las naciones y entre ellas, debería informar y guiar nuestro uso de la nueva tecnología de la información y de Internet. Esta tecnología puede ser un medio para resolver problemas humanos, promover el desarrollo integral de las personas y crear un mundo regido por la justicia, la paz y el amor. En la actualidad, mucho más que cuando la instrucción pastoral sobre las comunicaciones sociales *Communio et progressio* lo señaló hace más de treinta años, los medios de comunicación tienen la capacidad de hacer de cualquier persona, en cualquier lugar que se encuentre, un compañero « en los asuntos y dificultades que afectan a la humanidad entera ».

Se trata de una visión sorprendente. Pero Internet puede ayudar a que se haga realidad — para las personas, los grupos, las naciones y la raza humana— sólo si se usa a la luz de claros y sólidos principios éticos, especialmente la virtud de la solidaridad. Actuar así representará una ventaja para todos, porque « hoy lo sabemos mejor que ayer: no estaremos nunca felices y en paz los unos sin los otros; y mucho menos los unos contra los otros ». Esto será una expresión de la espiritualidad de comunión, que es « capacidad para ver ante todo lo que hay de positivo en el otro, para acogerlo y valorarlo como regalo de Dios », así como capacidad para « saber “dar espacio” al hermano, llevando mutuamente la carga de los otros (cf. Ga 6, 2) y rechazando las tentaciones egoístas que continuamente nos acechan ».

6. La difusión de Internet también plantea otras muchas cuestiones éticas concernientes a asuntos como la privacidad, la seguridad y confidencialidad de los datos, el derecho y la ley de propiedad intelectual, la pornografía, los sitios cargados de odio, la propagación de rumores y difamaciones disfrazados de noticias, y muchos más. Nos vamos a referir brevemente a algunas de ellos más adelante, aun reconociendo que requieren un análisis y una discusión continuos de todas las partes implicadas. No consideramos Internet fundamentalmente como una fuente de problemas, sino, más bien, como una fuente de beneficios para la raza humana. Pero estos beneficios sólo se lograrán plenamente si se resuelven los problemas que le son propios.

II. SOBRE INTERNET

7. Internet tiene un conjunto de características impresionantes. Es instantáneo, inmediato, mundial, descentralizado, interactivo, capaz de extender ilimitadamente sus contenidos y su alcance, flexible y adaptable en grado notable. Es igualitario, en el sentido de que cualquiera, con el equipo necesario y modestos conocimientos técnicos, puede ser una presencia activa en el ciberespacio, anunciar su mensaje al mundo y pedir ser oído. Permite a las personas



permanecer en el anonimato, desempeñar un papel, fantasear y también entrar en contacto con otros y compartir. Según los gustos del usuario, se presta igualmente a una participación activa o a una absorción pasiva en « un mundo narcisista y aislado, con efectos casi narcóticos ». Puede emplearse para romper el aislamiento de personas y grupos o, al contrario, para profundizarlo.

8. La configuración tecnológica que implica Internet tiene una importante relación con sus aspectos éticos: la gente ha tendido a usarlo según como se había proyectado, y a proyectarlo para adaptar este tipo de uso. De hecho, este « nuevo » sistema se remonta a la década de 1960, los años de la guerra fría; fue concebido para frustrar un ataque nuclear, creando una red descentralizada de ordenadores que almacenaban datos vitales. La descentralización fue la clave del esquema, puesto que de este modo —ese fue el razonamiento—, la pérdida de uno o incluso muchos ordenadores no causaría la pérdida de los datos.

Una visión idealista del libre intercambio de información e ideas ha ejercido un loable influjo en el desarrollo de Internet. Con todo, su configuración descentralizada y el proyecto igualmente descentralizado del World Wide Web de finales de la década de 1980 demostraron que coincidía muy bien con la mentalidad opuesta a cualquier tentativa de reglamentación por la responsabilidad pública. Así, surgió un individualismo exagerado con respecto a Internet. Aquí, como se ha dicho, había un nuevo reino, la maravillosa tierra del ciberespacio, donde cualquier tipo de expresión estaba permitida y la única ley era la completa libertad de hacer cada uno lo que le pareciera. Por supuesto, esto significaba que la única comunidad cuyos derechos e intereses se debían reconocer verdaderamente en el ciberespacio era la comunidad de los partidarios de una libertad sin límites. Este modo de pensar sigue influyendo en algunos círculos, fundado en conocidos argumentos de libertad a ultranza que se usan también para defender la pornografía y la violencia en los medios de comunicación en general.

Aunque los individualistas radicales y los empresarios constituyen obviamente dos grupos muy diferentes, hay una convergencia de intereses entre quienes buscan que Internet se convierta en un lugar apto para cualquier tipo de expresión, sin importar si es vil y destructiva, y quienes quieren que sea un vehículo de actividad sin trabas según un modelo neoliberal que « considera las ganancias y las leyes del mercado como parámetros absolutos, en detrimento de la dignidad y del respeto de las personas y los pueblos ».

9. La explosión de la tecnología de la información ha incrementado la capacidad de comunicación de algunas personas y grupos favorecidos durante mucho tiempo. Internet puede servir a la gente en su ejercicio responsable de la libertad y la democracia, ampliar la gama de opciones realizables en diversas esferas de la vida, ensanchar los horizontes educativos y culturales, superar las divisiones y promover el desarrollo humano de múltiples modos. « El libre aluvión de imágenes y palabras a escala mundial no sólo está transformando las relaciones entre los pueblos a nivel político y económico, sino también la misma comprensión del mundo. Este fenómeno ofrece múltiples potencialidades, en otro tiempo impensables ». Cuando se basa en valores compartidos arraigados en la naturaleza de la persona, el diálogo intercultural facilitado por Internet y demás medios de comunicación social puede ser « un instrumento privilegiado para construir la civilización del amor ».



Pero esto no es todo. « Paradójicamente, las fuerzas que podrían conducir a una mejor comunicación pueden llevar también a un mayor egocentrismo y a una mayor alienación ». Internet puede unir a la gente, pero también puede separar, con sospechas mutuas, a las personas y a los grupos divididos por ideologías, políticas, posesiones, raza, etnia, diferencias intergeneracionales e incluso religión. Ya se ha usado de modo agresivo, casi como un arma de guerra, y la gente habla del peligro del « ciberterrorismo ». Sería tristemente irónico que este instrumento de comunicación, con un potencial tan grande para unir a las personas, volviera a sus orígenes de la guerra fría y se convirtiera en un escenario de conflictos internacionales.

III. ALGUNAS CUESTIONES PREOCUPANTES

10. Cuanto se ha dicho hasta ahora entraña una serie de preocupaciones sobre Internet.

Una de las más importantes se refiere a lo que hoy se denomina «brecha digital », una forma de discriminación que separa a los ricos de los pobres, tanto dentro de las naciones como entre ellas, sobre la base del acceso o no a la nueva tecnología de la información. En este sentido, es una versión actual de la antigua brecha entre «ricos en información» y «pobres en información».

La expresión « brecha digital » destaca el hecho de que tanto las personas como los grupos y las naciones deben tener acceso a las nuevas tecnologías para participar en los beneficios prometidos por la globalización y el desarrollo, y no quedarse rezagados ulteriormente. Es necesario « que la brecha entre los beneficiarios de los nuevos medios de información y expresión, y los que hasta ahora no han tenido acceso a ellos, no se convierta en otra persistente fuente de desigualdad y discriminación ». Hay que encontrar modos de lograr que Internet sea accesible a los grupos menos favorecidos, sea directamente, sea al menos conectándose con medios tradicionales de bajo coste. El ciberespacio debe ser un recurso de información completa y servicios accesibles a todos, y en una amplia gama de lenguas. Las instituciones públicas tienen la responsabilidad especial de establecer y mantener sitios de este tipo.

Mientras se perfila la nueva economía global, la Iglesia se preocupa de que « este proceso sea de la humanidad entera, y no sólo de una élite rica que controla la ciencia, la tecnología, la comunicación y los recursos del planeta », es decir, la Iglesia desea « una globalización que esté al servicio de toda la persona y de todas las personas ».

A este respecto, es preciso tener presente que las causas y consecuencias de la brecha no son únicamente económicas, sino también técnicas, sociales y culturales. Así, por ejemplo, otra brecha de Internet va en perjuicio de las mujeres y también esta brecha se debe eliminar.

11. Nos preocupan en especial los efectos en la cultura de lo que está sucediendo en la actualidad. Las nuevas tecnologías de la información e Internet, precisamente como instrumentos poderosos del proceso de globalización, transmiten y ayudan a inculcar un conjunto de valores culturales —modos de pensar sobre las relaciones sociales, la familia, la religión y la condición humana—, cuya novedad y fascinación pueden cuestionar y destruir las culturas tradicionales.



El diálogo y el enriquecimiento intercultural son sin duda alguna muy deseables. En efecto, « el diálogo entre las culturas resulta hoy particularmente necesario si se considera el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación en la vida de las personas y de los pueblos ». Pero esto ha de ser un camino de doble sentido. Las culturas tienen mucho que aprender unas de otras y la imposición a escala mundial de puntos de vista y valores de una cultura a otra no significa diálogo, sino imperialismo cultural.

La dominación cultural es un problema particularmente serio cuando la cultura dominante transmite falsos valores, enemigos del verdadero bien de las personas y grupos. Tal como están las cosas, Internet, junto con los otros medios de comunicación social, está transmitiendo mensajes cargados de valores de la cultura secular occidental a pueblos y sociedades en muchos casos mal preparados para valorarlos y confrontarlos. Esto causa serios problemas, por ejemplo, en el ámbito del matrimonio y la vida familiar, que están experimentando « una crisis generalizada y radical » en muchas partes del mundo.

La sensibilidad cultural y el respeto a los valores y creencias de los demás son indispensables en tales circunstancias. El diálogo intercultural, que « protege la diversidad de culturas como expresiones históricas diversas y valiosas de la unidad originaria de la familia humana (...) y salvaguarda la comprensión y comunión recíprocas », es necesario para construir y mantener el sentido de solidaridad internacional.

12. La cuestión de la libertad de expresión en Internet es igualmente compleja y suscita otras preocupaciones.

Apoyamos enérgicamente la libertad de expresión y el libre intercambio de ideas. La libertad de buscar y conocer la verdad es un derecho humano fundamental, y la libertad de expresión es una piedra angular de la democracia. « El hombre, salvados el orden moral y el bien común, puede buscar libremente la verdad, declarar y divulgar su opinión (...) y, finalmente, informarse verazmente sobre los conocimientos públicos ». Y la opinión pública, « una expresión esencial de la naturaleza humana organizada en sociedad » exige absolutamente « la libertad de expresar ideas y actitudes ».

A la luz de estas exigencias del bien común, deploramos las tentativas de las autoridades públicas de bloquear el acceso a la información —en Internet o en otros medios de comunicación social—, considerándola amenazadora o molesta, manipular al público con la propaganda y la desinformación, o impedir la legítima libertad de expresión y opinión. A este respecto, los regímenes autoritarios son con mucho los peores transgresores; pero el problema también existe en las democracias liberales, donde, a menudo, el acceso a los medios de comunicación para la expresión política depende de la riqueza, y los políticos y sus consejeros no respetan la verdad y la lealtad, calumniando a los opositores y reduciendo las cuestiones a dimensiones insignificantes.

13. En este nuevo entorno, el periodismo está sufriendo profundos cambios. La combinación de nuevas tecnologías y globalización « ha aumentado la capacidad de los medios de comunicación social, pero también ha acrecentado su exposición a las presiones ideológicas y comerciales », y esto vale también para el periodismo.



Internet es un instrumento muy eficaz para transmitir rápidamente noticias e información a la gente. Pero la competitividad económica y la índole del periodismo de Internet de funcionar las veinticuatro horas del día también han contribuido al sensacionalismo y a la circulación de rumores, a una mezcla de noticias, publicidad y espectáculo, y a una aparente disminución de los reportajes y comentarios serios. El periodismo honrado es esencial para el bien común de las naciones y de la comunidad internacional. Los problemas que se pueden apreciar actualmente en la práctica del periodismo en Internet demandan una rápida solución de parte de los mismos periodistas.

La enorme cantidad de información que conlleva Internet, en gran parte poco evaluada en cuanto a precisión e importancia, es un problema para muchos. Pero nos preocupa que la gente pueda usar la capacidad de la tecnología de almacenar información simplemente para levantar barreras electrónicas contra las ideas desconocidas. Esto no sería un desarrollo positivo en un mundo pluralista donde la gente necesita crecer en la comprensión mutua. Aunque los usuarios de Internet tienen el deber de hacer selección y tener autodisciplina, eso no se ha de llevar hasta el extremo de levantar un muro que los aisle de los demás. Las consecuencias del medio para el desarrollo psicológico y la salud requieren igualmente un estudio continuo, incluyendo la posibilidad de que la inmersión prolongada en el mundo virtual del ciberespacio pueda perjudicar a algunos. La tecnología proporciona muchas ventajas a la gente al permitirle « reunir informaciones y servicios elaborados exclusivamente para ella », pero también « plantea una cuestión inevitable: el público del futuro ¿podría convertirse en una vasta y fragmentada red de personas aisladas ... que interactúan con datos y no directamente unos con otros? ¿Qué sería de la solidaridad, o qué sería del amor, en un mundo como ese? ».

14. Además de estas cuestiones, que guardan relación con la libertad de expresión, la integridad y precisión de las noticias, el intercambio de ideas e información, hay otra preocupación que nace de la mentalidad liberal en exceso. La ideología de libertad radical es errónea y nociva, al menos para legitimar la libre expresión al servicio de la verdad. El error reside en la exaltación de la libertad « hasta el extremo de considerarla como un absoluto, que sería la fuente de los valores. (...) De este modo, ha desaparecido la necesaria exigencia de verdad en aras de un criterio de sinceridad, de autenticidad, de 'acuerdo con uno mismo' ». En esta forma de pensamiento no hay cabida para la auténtica comunidad, el bien común y la solidaridad.

IV. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIÓN

15. Como hemos visto, el valor de la solidaridad es la medida del servicio que Internet presta al bien común. El bien común proporciona el contexto para considerar la cuestión ética: « Los medios de comunicación social se usan para el bien o para el mal? ».

Muchas personas y grupos comparten la responsabilidad en esta materia; por ejemplo, las corporaciones transnacionales de las que hablamos antes. Todos los usuarios de Internet deben usarlo de un modo maduro y disciplinado, con propósitos moralmente buenos; y los padres deberían guiar y supervisar el uso que hacen de él sus hijos. Las escuelas y otras instituciones y programas educativos para niños y adultos deberían proporcionar formación con vistas al uso inteligente de Internet como parte de una educación completa en los medios de comunicación que no sólo incluye la capacitación técnica —primeras nociones



de ordenador y otros conocimientos—, sino también la adquisición de una capacidad para evaluar de modo informado y sagaz los contenidos. Aquellos cuyas decisiones y acciones contribuyen a forjar la estructura y los contenidos de Internet tienen un deber especialmente grave de practicar la solidaridad al servicio del bien común.

16. Debería evitarse la censura previa de los gobiernos; « la censura (...) sólo se debería usar en los casos realmente extremos ». Pero Internet, al igual que otros medios de comunicación, no está exento de leyes razonables que se opongan a las palabras de odio, a la difamación, al fraude, a la pornografía infantil a la pornografía en general, y a otras desviaciones. La conducta delictiva en otros contextos es también conducta delictiva en el ciberespacio, y las autoridades civiles tienen el deber y el derecho de hacer cumplir las leyes. Hacen falta también nuevas leyes para afrontar delitos especiales en Internet, como la difusión de virus de ordenadores, el robo de datos personales almacenados en discos duros, y otros similares.

La reglamentación de Internet es deseable, y en principio la autorregulación es lo mejor. « La solución de los problemas nacidos de esta comercialización y de esta privatización no reglamentadas no siempre reside en un control del Estado sobre los medios de comunicación, sino en una reglamentación más avanzada, conforme a las normas del servicio público, así como en una responsabilidad pública mayor ». La implementación de códigos éticos puede ser muy útil, con tal de que tengan propósitos serios e impliquen a los representantes del público en su formulación y aplicación, y que, además de dar estímulos positivos a los comunicadores responsables, apliquen penas adecuadas por las violaciones, incluida la censura pública. A veces las circunstancias pueden exigir la intervención del Estado, por ejemplo, creando para los medios de comunicación equipos de asesores que representen a todos los sectores de opinión de la comunidad.

17. El carácter transnacional de Internet, su peculiaridad de tender puentes sobre las fronteras y su papel en la globalización exigen la cooperación internacional con vistas a la formación de criterios y al establecimiento de mecanismos para promover y proteger el bien común internacional. En cuanto a la tecnología de los medios de comunicación, como en referencia a muchas otras, « urge la equidad en el ámbito internacional ». Hace falta una acción decidida, tanto en el sector privado como en el público, para subsanar y, si es posible, eliminar la brecha digital.

Muchas cuestiones difíciles con respecto a Internet requieren el consenso internacional: por ejemplo, cómo garantizar la privacidad de las personas y los grupos que observan la ley, sin impedir que se aplique la ley y permitiendo que el personal de seguridad vigile sobre delincuentes y terroristas; cómo proteger el derecho de propiedad intelectual sin limitar el acceso de la gente a material de dominio público, y cómo definir el concepto mismo de « dominio público »—; cómo establecer y mantener amplios depósitos de información en Internet plenamente accesibles a todos sus usuarios en las diversas lenguas; cómo proteger los derechos de la mujer con respecto al acceso a Internet y otros aspectos de las nuevas tecnologías de la información. En particular, la cuestión de cómo superar la brecha digital entre ricos y pobres en información requiere una atención seria y urgente, en sus aspectos técnicos, educativos y culturales.



Existe hoy « un mayor sentido de solidaridad internacional » que ofrece en particular al sistema de las Naciones Unidas « una oportunidad única para contribuir a la globalización de la solidaridad, sirviendo de lugar de encuentro para los Estados y para la sociedad civil, y de punto de convergencia de los diversos intereses y necesidades. (...) La cooperación entre los organismos internacionales y las organizaciones no gubernamentales contribuirá a garantizar que los intereses de los Estados, por más legítimos que sean, y de los diversos grupos que existen dentro de ellos, no sean invocados o defendidos en perjuicio de los intereses o de los derechos de otros pueblos, especialmente de los menos prósperos ». A este respecto, esperamos que la Cumbre mundial de la sociedad de la información, cuya celebración está prevista para el año 2003, dé una contribución positiva a la discusión sobre estos asuntos.

18. Como hemos dicho antes, un documento —adjunto a éste— titulado *La Iglesia e Internet* habla específicamente sobre el uso de Internet por parte de la Iglesia y sobre el papel de Internet en la vida de la Iglesia. Aquí sólo deseamos subrayar que la Iglesia católica, juntamente con otras organizaciones religiosas, debería tener una presencia visible y activa en Internet, y ser interlocutora en el diálogo público sobre su desarrollo. « La Iglesia no pretende dictar estas decisiones y estas elecciones, sino que trata de proporcionar una verdadera ayuda, indicando los criterios éticos y morales aplicables a este campo, criterios que se encontrarán en los valores a la vez humanos y cristianos ».

Internet puede dar una contribución muy valiosa a la vida humana. Puede fomentar la prosperidad y la paz, el crecimiento intelectual y estético, y la comprensión mutua entre los pueblos y las naciones a escala mundial.

También puede ayudar a hombres y mujeres en su continua búsqueda de autocomprensión. En todas las épocas, incluida la nuestra, la gente se formula las mismas preguntas fundamentales: «¿Quién soy? ¿De dónde vengo y a dónde voy? ¿Por qué existe el mal?¿Qué hay después de esta vida? ». La Iglesia no puede imponer sus respuestas, pero puede y debe proclamar al mundo las respuestas que posee; y hoy, como siempre, ofrece la única respuesta totalmente satisfactoria a los interrogantes más profundos de la vida: Jesucristo, que « manifiesta plenamente el hombre al propio hombre y le descubre la grandeza de su vocación ». Como el mundo contemporáneo, el mundo de los medios de comunicación, incluyendo Internet, ha sido conducido por Cristo, de manera incipiente pero verdadera, dentro de los límites del reino de Dios y puesto al servicio de la palabra de salvación. Sin embargo, « la espera de una tierra nueva no debe debilitar, sino más bien avivar la preocupación de cultivar esta tierra, donde crece aquel cuerpo de la nueva familia humana, que puede ofrecer ya un cierto esbozo del siglo nuevo ».

Ciudad del Vaticano, 22 de febrero 2002, Fiesta de la Cátedra de San Pedro Apóstol.

4. **Gaudete et Exsultate 166-175**

El discernimiento

166. ¿Cómo saber si algo viene del Espíritu Santo o si su origen está en el espíritu del mundo o en el espíritu del diablo? La única forma es el discernimiento, que no supone solamente una buena capacidad de razonar o un sentido común, es también un don que hay que pedir. Si lo pedimos confiadamente al Espíritu Santo, y al mismo tiempo nos esforzamos por



desarrollarlo con la oración, la reflexión, la lectura y el buen consejo, seguramente podremos crecer en esta capacidad espiritual.

Una necesidad imperiosa

167. Hoy día, el hábito del discernimiento se ha vuelto particularmente necesario. Porque la vida actual ofrece enormes posibilidades de acción y de distracción, y el mundo las presenta como si fueran todas válidas y buenas. Todos, pero especialmente los jóvenes, están expuestos a un *zapping* constante. Es posible navegar en dos o tres pantallas simultáneamente e interactuar al mismo tiempo en diferentes escenarios virtuales. Sin la sabiduría del discernimiento podemos convertirnos fácilmente en marionetas a merced de las tendencias del momento.

168. Esto resulta especialmente importante cuando aparece una novedad en la propia vida, y entonces hay que discernir si es el vino nuevo que viene de Dios o es una novedad engañosa del espíritu del mundo o del espíritu del diablo. En otras ocasiones sucede lo contrario, porque las fuerzas del mal nos inducen a no cambiar, a dejar las cosas como están, a optar por el inmovilismo o la rigidez. Entonces impedimos que actúe el soplo del Espíritu. Somos libres, con la libertad de Jesucristo, pero él nos llama a examinar lo que hay dentro de nosotros —deseos, angustias, temores, búsquedas— y lo que sucede fuera de nosotros —los «signos de los tiempos»— para reconocer los caminos de la libertad plena: «Examinadlo todo; quedaos con lo bueno» (1 Ts 5,21).

Siempre a la luz del Señor

169. El discernimiento no solo es necesario en momentos extraordinarios, o cuando hay que resolver problemas graves, o cuando hay que tomar una decisión crucial. Es un instrumento de lucha para seguir mejor al Señor. Nos hace falta siempre, para estar dispuestos a reconocer los tiempos de Dios y de su gracia, para no desperdiciar las inspiraciones del Señor, para no dejar pasar su invitación a crecer. Muchas veces esto se juega en lo pequeño, en lo que parece irrelevante, porque la magnanimidad se muestra en lo simple y en lo cotidiano. Se trata de no tener límites para lo grande, para lo mejor y más bello, pero al mismo tiempo concentrados en lo pequeño, en la entrega de hoy. Por tanto, pido a todos los cristianos que no dejen de hacer cada día, en diálogo con el Señor que nos ama, un sincero «examen de conciencia». Al mismo tiempo, el discernimiento nos lleva a reconocer los medios concretos que el Señor predispone en su misterioso plan de amor, para que no nos quedemos solo en las buenas intenciones.

Un don sobrenatural

170. Es verdad que el discernimiento espiritual no excluye los aportes de sabidurías humanas, existenciales, psicológicas, sociológicas o morales. Pero las trasciende. Ni siquiera le bastan las sabias normas de la Iglesia. Recordemos siempre que el discernimiento es una gracia. Aunque incluya la razón y la prudencia, las supera, porque se trata de entrever el misterio del proyecto único e irreplicable que Dios tiene para cada uno y que se realiza en medio de los más variados contextos y límites. No está en juego solo un bienestar temporal, ni la satisfacción de hacer algo útil, ni siquiera el deseo de tener la conciencia tranquila. Está en juego el sentido de mi vida ante el Padre que me conoce y me



ama, el verdadero para qué de mi existencia que nadie conoce mejor que él. El discernimiento, en definitiva, conduce a la fuente misma de la vida que no muere, es decir, conocer al Padre, el único Dios verdadero, y al que ha enviado: Jesucristo (cf. *Jn* 17,3). No requiere de capacidades especiales ni está reservado a los más inteligentes o instruidos, y el Padre se manifiesta con gusto a los humildes (cf. *Mt* 11,25).

171. Si bien el Señor nos habla de modos muy variados en medio de nuestro trabajo, a través de los demás, y en todo momento, no es posible prescindir del silencio de la oración detenida para percibir mejor ese lenguaje, para interpretar el significado real de las inspiraciones que creímos recibir, para calmar las ansiedades y recomponer el conjunto de la propia existencia a la luz de Dios. Así podemos dejar nacer esa nueva síntesis que brota de la vida iluminada por el Espíritu.

Habla, Señor

172. Sin embargo, podría ocurrir que en la misma oración evitemos dejarnos confrontar por la libertad del Espíritu, que actúa como quiere. Hay que recordar que el discernimiento orante requiere partir de una disposición a escuchar: al Señor, a los demás, a la realidad misma que siempre nos desafía de maneras nuevas. Solo quien está dispuesto a escuchar tiene la libertad para renunciar a su propio punto de vista parcial o insuficiente, a sus costumbres, a sus esquemas. Así está realmente disponible para acoger un llamado que rompe sus seguridades pero que lo lleva a una vida mejor, porque no basta que todo vaya bien, que todo esté tranquilo. Dios puede estar ofreciendo algo más, y en nuestra distracción cómoda no lo reconocemos.

173. Tal actitud de escucha implica, por cierto, obediencia al Evangelio como último criterio, pero también al Magisterio que lo custodia, intentando encontrar en el tesoro de la Iglesia lo que sea más fecundo para el hoy de la salvación. No se trata de aplicar recetas o de repetir el pasado, ya que las mismas soluciones no son válidas en toda circunstancia y lo que era útil en un contexto puede no serlo en otro. El discernimiento de espíritus nos libera de la rigidez, que no tiene lugar ante el perenne hoy del Resucitado. Únicamente el Espíritu sabe penetrar en los pliegues más oscuros de la realidad y tener en cuenta todos sus matices, para que emerja con otra luz la novedad del Evangelio.

La lógica del don y de la cruz

174. Una condición esencial para el progreso en el discernimiento es educarse en la paciencia de Dios y en sus tiempos, que nunca son los nuestros. Él no hace caer fuego sobre los infieles (cf. *Lc* 9,54), ni permite a los celosos «arrancar la cizaña» que crece junto al trigo (cf. *Mt* 13,29). También se requiere generosidad, porque «hay más dicha en dar que en recibir» (*Hch* 20,35). No se discierne para descubrir qué más le podemos sacar a esta vida, sino para reconocer cómo podemos cumplir mejor esa misión que se nos ha confiado en el Bautismo, y eso implica estar dispuestos a renuncias hasta darlo todo. Porque la felicidad es paradójica y nos regala las mejores experiencias cuando aceptamos esa lógica misteriosa que no es de este mundo, como decía san Buenaventura refiriéndose a la cruz: «Esta es nuestra lógica». Si uno asume esta dinámica, entonces no deja anestesiar su conciencia y se abre generosamente al discernimiento.



175. Cuando escrutamos ante Dios los caminos de la vida, no hay espacios que queden excluidos. En todos los aspectos de la existencia podemos seguir creciendo y entregarle algo más a Dios, aun en aquellos donde experimentamos las dificultades más fuertes. Pero hace falta pedirle al Espíritu Santo que nos libere y que expulse ese miedo que nos lleva a vedarle su entrada en algunos aspectos de la propia vida. El que lo pide todo también lo da todo, y no quiere entrar en nosotros para mutilar o debilitar sino para plenificar. Esto nos hace ver que el discernimiento no es un autoanálisis ensimismado, una introspección egoísta, sino una verdadera salida de nosotros mismos hacia el misterio de Dios, que nos ayuda a vivir la misión a la cual nos ha llamado para el bien de los hermanos.

